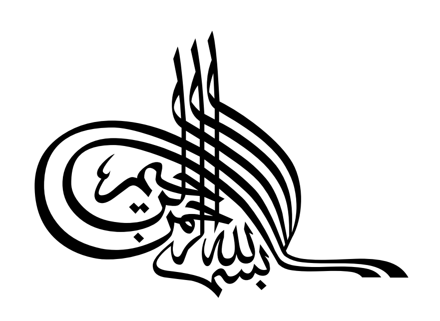
مناهج البحث

في علوم الإعلام والإتصال وطريقة إعداد البحوث





مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال
وطريقة إعداد البحوث

مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث

تأليف وإشراف:

د. محمد الفاتح حمدي
جامعة قطر

د. سميرة سطوطاح
جامعة عنابة – الجزائر

بمشاركة مجموعة من الباحثين:

أ.بوجميعة يوسف. جامعة جيجل	أ.هشام بطاهر. جامعة جيجل
أ.مصطفى ساعو. جامعة جيجل.	أ.سلمى لفزة. جامعة جيجل
أ.فوال إيمان. جامعة جيجل.	أ.عائشة كريكط. جامعة جيجل
أ.إيمان لحمر. جامعة جيجل	أ.صوريا إسعادي. جامعة جيجل

الطبعة الاولى 2019



الفهرس

إهــــداء

إلى كل باحث عن المعرفة

إلى من ربط طاعته بطاعتهما

إلى الوالدين حفظهما الله

نهدى هذا الجهد

المؤلفين

مقدمة

يعد البحث العلمي من أبرز أسباب الإرتقاء بالمستوى الفكري والثقافي والإنتاجي للأفراد وذلك لإرتباطه الوثيق بعجلة التقدم والتطوير، فهو رهان وحتمية للتفاعل مع السباق الفكري الذي يميز عصرنا اليوم سعيا لبناء التنمية الشاملة ومواكبة التدفق العلمي وتحقيق الإستدامة والإستجابة للتحولات الحاصلة في المجتمع والمؤثرات الخارجية، وذلك نظرا لما تكتسبه منهجية البحث العلمي من منطق منهجي في العمل ووضوح في الأداء وابتكارية في الأدوات وقوة في الدقة وفي التشخيص والحدس في استشراف المستقبل. فمنهجية البحث العلمي تضع إطارا لعملها وطريقة لبناء منظومة الأداء لنقل مناهجها وأدوات عملها الى مستوى الإبتكارية والإستثمار الفاعل في نتائج البحوث العلمية.

لذلك يعتبر تدريس المنهجية مطلبا وحتمية للنمو والتطور، ومن بين المساقات العلمية الأساسية والمهمة في مسار الطالب الجامعي، فإدراك خطوات البحث العلمي وفهمها يعد مكسبا كبيرا لجميع الطلبة الجامعيين، لأن إنجاز البحوث العلمية بطريقة جيدة يتطلب الإلمام بجميع خطوات البحث العلمي، سواء تعلق الأمر بمشكلة الدراسة والفرضيات أو بطريقة طرح وشرح مفاهيم الدراسة، بالإضافة إلى كيفية معالجة وتناول التراث النظري للبحث، فهذه الخطوات الأولى تعد القاعدة الأساسية للبحث العلمي. وبعدها ينتقل الباحث لضبط المنهج والأدوات والعينة ومجالات الدراسة، وهي خطوات مهمة في سيرورة البحث يجب ضبطها نظرا للاختلاف الموجود حولها بين المنظرين في المنهجية، بعدها يختم الباحث بحثه بتفريغ البيانات وتحليلها وتفسيرها ووضع النتائج وكتابة التقرير النهائي للبحث.

هذه الخطوات العلمية وغيرها تختلف حسب طبيعة المناهج والمقاربات العلمية المتبعة في دراسة الظاهرة الاتصالية والإعلامية، ومن خلال هذا كتاب ركزنا على أهم الخطوات الضرورية لإعداد البحوث العلمية في تخصص علوم الإعلام والاتصال، مع تقديم أمثلة وتطبيقات عن كل مرحلة.

هدفنا من وضع هذا الكتاب هو تبسيط منهجية البحث العلمي في تخصص علوم الإعلام والاتصال، وعرضها بأسلوب مبسط، بعيدا عن التعقيدات التي تقدم بها منهجية البحث العلمي داخل قاعات ومدرجات الجامعات، وبعض كتب المنهجية المتداولة بين الطلبة.

الكتاب لم يعرض دروس نظرية وفلسفية في المنهجية بشكل موسع، لأن الهدف ليس عرض ما يوجد في كتب المنهجية من معلومات نظرية، وإنما هدفنا هو إعطاء دليل للباحثين في علوم الإعلام والاتصال يسهل عليهم دراسة مختلف المشكلات العلمية التي يتم طرحها بأسلوب سهل وواضح المعالم.

يعد هذا المشروع العلمي بداية لعدة مشاريع مستقبلية لإنجاز سلسلة من الكتب في المنهجية تركز على الأمور التطبيقية لخطوات البحث العلمي، حتى يستطيع طلبة البكالوريس والماستر والماجستير والدكتوراه في مختلف الجامعات العربية إنجاز أبحاث علمية بشكل دقيق تواكب التطورات الحاصلة في مناهج البحث العلمي بما يواكب التطور الرهيب في وسائل ومحتويات وسائل الإعلام والاتصال.

فهذا الكتاب يتناول خمسة فصول وكل فصل تم تخصيصه لخطوة من خطوات البحث العلمي، مع تقديم أمثلة وشروحات عن كل هذه الخطوات، ونتمنى أن يستفيد منه طلبة الإعلام والاتصال بمختلف الجامعات العربية.

والله ولي التوفيق.

الفصل الأول
ضبط عنوان ومشكلة الدراسة

أولا: تحديد موضوع الدراسة.

يقوم الباحث في المستوى الأول من البحث في التفكير في تحديد موضوع بحثه، فموضوع البحث في بدايته ما هو إلاّتصور عام وواسعحول موضوع الدراسة،فعليهأن يتبع خطوات ومعايير أساسية تساعده في تحديد موضوعهوتشخيصه بدقة.

1-1 أول خطوةيقوم بها الباحث هو قراءات أولية حول موضوع بحثه، فعليه أن يأخذ في هذه المرحلة الوقت الكافي للإلمام بـالأدبيات ، والتي نقصد بها الدراسات والبحوث السابقةذات العلاقة بموضوع الدراسة، وفحصها فحصا شاملا ومعمقا، ويمكنهالرجوع هنا إلى المجلات العلمية، المؤتمرات والملتقيات ، التقارير والوثائق ثم الكتب ، فكل بحث ما هو إلاّ امتدادا للبحوث التي سبقته ، هذه الخطوة ستساعد الباحث على الإحاطة بالموضوع وضبطه جيدا. إن عملية استعراض الأدبيات ونقدها عملية مصيرية في البحث العلمي، فهي تقرر قدرة الباحث على مواصلة بحثه والوصول إلى نتائج سليمة أو التعثر والإخفاق أو التراجع عنه، ففي هذه المرحلة يقرر الباحث إمكانية المواصلة في موضوعه هذا أم لا.

1-2 يمكن للباحث أن يستعين بتجاربه الشخصية لاختيار الموضوع المناسب أو الزاوية التي سيتناول منها موضوعه، ومحاولة مراعاة أو مواكبة الأحداث والتغيرات التي تطرأ على المجتمع، فقد يعيش الباحث أحداث أو تجارب في حياته اليومية مع أشخاص آخرين تتبلور من خلالها مواضيع للبحث والاستكشاف ، مثال: معالجة

مشكلة انخفاض المستوى الدراسي للطلبة مقابل الاستخدام المكثف لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، مثل الهاتف المحمول الذكي.

1-3 المناقشة وتبادل الأفكار مع الزملاء والباحثين يجعله يستفيد من تجربتهم وتفادي الأخطاء التي ارتكبت من قبل، فخلال تبادل وجهات النظر مع غيره، تتبين للباحث زوايا جديدة للدراسة لم يسبق له وأن فكر فيها، فالباحث مهما بلغ مستواه المعرفي عليه دائما استشارة الأساتذة والباحثين في مجال تخصصه فقد يثيرون انتباهه إلى أمور لم يلاحظها.

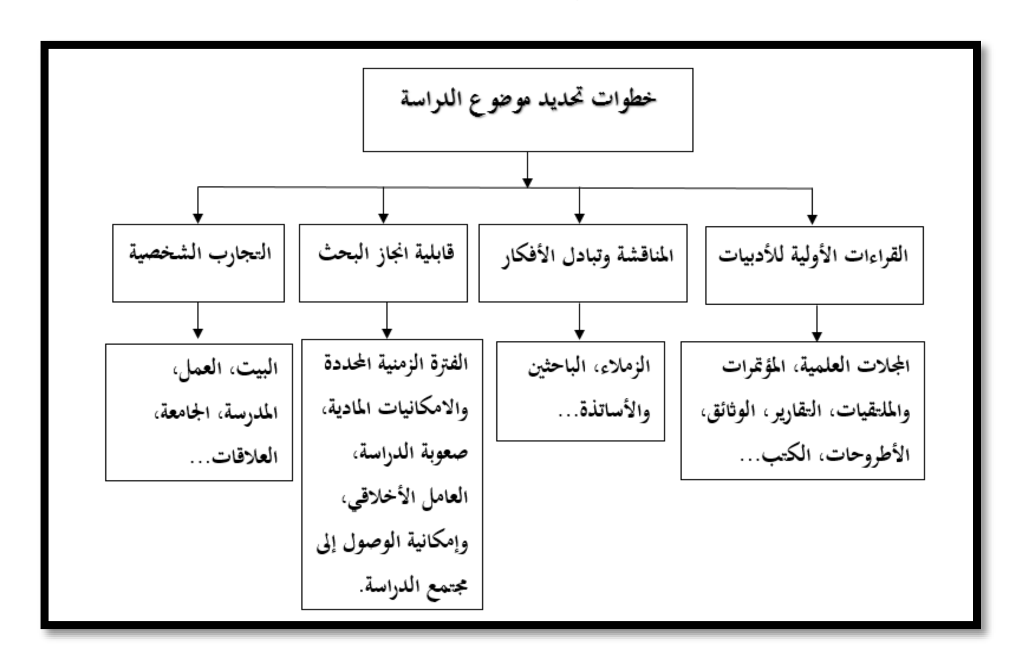
1-4 على الباحث خلال هذه المرحلة أن يراعي كذلك قابلية انجاز البحث ويتفرع هذا العنصر إلى مجموعة من النقاط:

1. على الباحث أن يتقيد بالفترة الزمنية المحددة لبحثه ، فلا يمكنه أن يغامر بموضوع قد يستغرق وقتا كثيرا لإنجازه ، حتى لو كان الموضوع مهم وقيم ويرتبط بميول واتجاهات الباحث ، فطالب الدراسات العليا مقيد دائما بفصول دراسية، تأخذ من وقته الكثير وذلك سينعكس سلبا على نوعية البحث المنجز.
2. عليه أن يفكر في الإمكانيات المادية لبحثه قبل الشروع فيه فالعامل المادي، عامل مهم جدا.
3. لا يغفل الباحث أيضا إمكانية الوصول إلى مجتمع الدراسة ، لهذه الخطوة دور مصيري أيضا في تحديد موضوع الدراسة، فعلى الباحث أن يتأكد جيدا من إمكانية الوصول إلى مجتمع البحث، مثلا يريد الباحث دراسة تقنيات الاتصال الإداري في وزارة الاتصال في الجزائر، ولم يستطع الحصول على إذن لتطبيق هذه الدراسة، فقد يصل إلى مرحلة لا يستطيع مواصلة بحثه إذن يجب أن يفكر مسبقا في إمكانية الوصول إلى مجتمع البحث قبل الشروع فيه فهناك بعض

مجتمعات البحث تعد صعبة الولوج إليها مثل (مجتمع المساجين، مجتمع الطفولة المسعفة، مجتمع المرأة المعنفة، ...الخ).

4. صعوبة الدراسة ، على الباحث الابتعاد عن المواضيع الصعبة التي تتطلب مجهودات فكرية جبارة من الباحث.
5. العامل الأخلاقي ، على الباحث أن يراعي مجموعة من الأعراف والتقاليد السائدة في المجتمع أثناء اختيار الموضوع ، مثل (عدم المساس بالثوابت الوطنية، احترام الأقليات ، احترام التقاليد والعادات ، احترام التنوع العرقي والديني....الخ).

مخطط يوضح خطوات تحديد موضوع الدراسة:



ثانيا: شروط صياغة عنوان الدراسة.

يجب على الباحث في هذا المستوى مراعاة مجموعة من الشروط أو العناصر التي تساعده على ضبط عنوان دراسته **ونذكرها كالآتي:**

- ✓ أنيكون العنوان موجزا دقيقا، مصاغا بلغة سهلة مع التركيز على الكلمات المحورية.
- ✓ أن يكون واضحا: بمعنى استعمال كلمات علمية دقيقة في مجال تخصصه والابتعاد عن الكلمات الفضفاضة التي يمكن أن تأوّل لمعاني مختلفة.
- ✓ أن يكون مضبوطا بعنوان رئيسي وآخر فرعي يشير إلى نوع الدراسة.
- ✓ التأكد من توفر المصادر والمراجع حول الكلمات المفتاحية في العنوان وسهولة الوصول إليها.
- ✓ أن يعكس العنوان محتوى الدراسة.

- ✓ يحمل العنوان مشكلة علمية قابلة للاختبار والقياس.
- ✓ على الباحث ألّا يغامر في اختيار مصطلحات غير قابلة للقياس: فالبحث في التأثير مثلا يصعب قياسه ، فالأحرى أن يعالج الباحث " الأثر" بدل "التأثير".
- ✓ أن يتميز البحث بالابتكار والإبداع: يمكن للباحث أن يتناول موضوع قد سبق التطرق إليه لكن من زواية أو نظرة مختلفة تماما.
- ✓ أن يعكس العنوان قضية أو مشكلة تفيد المجتمع ويقدم حلول لها كي يستفيد المجتمع من استنتاجات الدراسة وتعود بالفائدة العامة وألا تنحصر في المجال النظري فقط وتخزّن في المكتبات الجامعية لتملأ رفوفها.
- ✓ يحتوي العنوان على متغيرين على الأقل وثلاثة على الأكثر.
- ✓ الابتعاد عن العناوين الطويلة والتي يمكن أن تشتت ذهن الباحث.
- ✓ التركيز على المواضيع التي لم يسبق دراستها من طرف باحثين آخرين، ومراعاة التخصص الدقيق في الاختيار.

ومن أمثلة العناوين التي قد سبق تناولها في ميدان علوم الإعلام والاتصال، نذكر ما يلي:

- أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب – دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة –
- خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري وعلاقته بالإنفتاح الإقتصادي– دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الاشهارية –
- الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة – دراسة في تحليل مضمون صحيفتي الخبر والشروق اليومي–
- أشكال الاتصال التقليدية في منطقة القبائل – دراسة تحليلية أنثروبولوجية –

- صورة الإسلام في الخطاب الديني المسيحي عبر القنوات الفضائية – دراسة وصفية تحليلية لقناة الحياة الدينية المسيحية –
- اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الإعلانات الالكترونية – دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة –
- الأساليب الإقناعية في البرامج الدينية على قناة الرسالة الفضائية – دراسة تحليلية لبرنامج سواعد الإخاء –
- صورة المسلم في السينما الأمريكية – دراسة سيميولوجية لفلمي " الخائن" و"المملكة" –

تطبيق (01):

أ) حدد ستة مواضيع علمية في مجال علوم الإعلام والاتصال انطلاقا من المحاور الآتية:

1– القنوات الفضائية العربية والصراع القيمي.

2– مواقع التواصل الاجتماعي والهوية.

3– الإشهارات التلفزيونية والطفل.

4– المعالجة الإعلامية للأزمات الاجتماعية.

5– الاتصال والأزمات داخل المؤسسات.

6– الصحافة الورقية وتطور تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

ب) حدد نوعية المصادر التي يمكن الرجوع لها لتحديد كل موضوع من هذه المواضيع التي ذكرتها.

ثالثا : طريقة صياغة خطة لموضوع الدراسة

تتحدد عناصر خطة البحث فيما يلي:

- **صفحة الغلاف:** في أعلى يمين الصفحة تدوين بيانات الجهة المعنية بالبحث (اسم الجامعة ، اسم الكلية ، اسم القسم) ، وفي نفس منتصف الصفحة يكتب عنوان الموضوع ببنط كبير، ثم اسم الباحث ، يليه اسم المشرف ولقبه العلمي ووظيفته الأكاديمية ، وفي أسفل الصفحة يكتب التاريخ (الشهر والسنة).

نموذج لصفحة غلاف مذكرة:

جامعة الجزائر 03

كلية الإعلام والاتصال

الإعلان التجاري في القنوات الفضائية العربية وانعكاساته على قيم الشباب الجزائري.

دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الجزائري

رسالة دكتوراه علوم في الإعلام والاتصال

إعداد الباحث:...

إشراف الأستاذ: ....

د/...

الموسم الجامعي:..

- **المقدمة:** تتضمن تعريفا بالإطار العام لموضوع البحث ومضمون البحث، والمقدمة آخر ما يُكتب في البحث وأول ما يُقرأ.

1. **تشخيص وتحديد مشكلة البحث وتساؤلاته :** تصاغ مشكلة البحث في تساؤل رئيسي ومجموعة من الأسئلة الفرعية.
2. **تحديد فرضيات البحث.**
3. **أسباب الدراسة :** يتناول فيها الباحث الأسباب التي دفعت به إلى انجاز بحثه.
4. **أهمية الدراسة :** يبرز الباحث الاعتبارات الضرورية النظرية والتطبيقية ، مصاغة بأسلوب علمي مقنع يتناول فيه أهمية الدراسة.

5. **تحديد وصياغة أهداف الدراسة :** يتناول الباحث مجموعة من الأهداف التي يريد أن يتوصل إليها من خلال انجاز دراسته ، وتصاغ على شكل فقرة أو عبارات مستقلة.
6. **تحديد مفاهيم الدراسة :** تحديد المفاهيم البارزة في العنوان ، ويمكن إضافة بعض المفاهيم التي لها علاقة بالدراسة ولكن لم تبرز في العنوان بشكل واضح ، وإنما لها علاقة كبيرة بمتغيرات الدراسة.
7. **الدراسات السابقة،** عرض الأبحاث والدراسات المشابهة لموضوع البحث ، سواء كانت دراسات حديثة أو دراسات قديمة ، سواء كانت دراسات أنجزت بجامعات عربية أو أجنبية.
8. **حدود الدراسة :** (مجالات الدراسة) : تحديد الحدود المكانية ، والزمنية والبشرية، ويكون ذلك حسب طبيعة البحث.
9. **نوع الدراسة ومنهجها:**عند القيام بأي دراسة أو بحث علمي، لابد على الباحث أن يحدد المنهج الذي يتبعه باعتباره المقاربة المنهجية التي تمكنه من تشخيص الظاهرة وتحديد أبعادها ومعرفة أسباب حدوثها وإمكانية معالجتها، ويجب على كل باحث معرفة الخطوات العلمية لتطبيق المناهج المتعددة على الظواهر الاتصالية والإعلامية.
10. **مجتمع وعينة الدراسة :** يعتبر مجتمع البحث من الخطوات الأساسية التي يجب على الباحث تحديدها، ولمعرفة مجتمع البحث لابد من تحديد المجتمع الأصلي وذلك بمعرفة مميزاته ، وصفاته ، وخصائصه ، ومعرفة ما إذا كان موزع في شكل طبقات أو فئات متجانسة، وما إذا كان أفرادهمشتتين أو متقاربين وكل هذه التفاصيل لابد من معرفتها وتحديدها بالتدقيق من أجل بلوغ نتائج دقيقة وصحيحة ، لأن الباحث الذي يغفل خصائص مجتمع البحث يجد صعوبة في

تحديد نوع الأسلوب المناسب لجمع البيانات (أسلوب المسح الشامل أو أسلوب المعاينة).

11. **أدوات جمع البيانات:** يتوقف نجاح كل بحث علمي ودقته، على الاختيار السليم للأدوات المناسبة التي تتماشى وطبيعة البحث المدروس، على اعتبارها الوسائل التي يستخدمها الباحث لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة من الواقع الاجتماعي التي تنصب فيه الدراسة، وهناك خمسة طرق لجمع المعلومات: الملاحظة، المقابلة، الاستبيان، الاختبارات الإحصائية، الوثائق.

12. **تحديد المقاربة النظرية للدراسة:** تساهم المداخل النظرية ، أو المقاربات النظرية العلمية في البحث العلمي في تحديد المعلومات والبيانات المطلوبة ، كالمساعدة في بناء مشكلة الدراسة في إطار مفاهيم ومصطلحات المقاربة المناسبة لبحث علمي معين، كما تساهم في الإطار التطبيقي من خلال تفسير وتحليل النتائج في ضوئها مما يعطي للبحث طابع علمي ، ونتائج دقيقة وأكثر وضوحا.

13. **تحليل وتفسير البيانات.**

14. **نتائج الدراسة** : يذكر الباحث النتائج التي توصل إليها من خلال دراسته.

15. **الخاتمة** : عبارة عن حوصلة ينهي الباحث بها بحثه.

16. **قائمة المصادر والمراجع** : يذكر الباحث كل المصادر والمراجع التي اعتمد عليها خلال دراسته.

17. **ملاحق الدراسة.**

18. **فهرس الجداول.**

19. **فهرس الموضوعات.**

20. **ملخص الدراسة باللغة العربية والإنجليزية.**

تطبيق(01) :

إليك الموضوع الآتي:

تصفح الشباب مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب الأسري.

المطلوب:

1- ضع خطة مفصلة لهذا الموضوع.

2- طلب منك جمع عدة مراجع لإنجاز هذا البحث العلمي ، حدد نوع المراجع التي يمكن الرجوع لها مع شرح كيفية استخدامها.

تطبيق (02):

إليك الموضوع الآتي:

الصراع القيمي في البرامج التلفزيونية المغاربية دراسة تحليلية.

المطلوب:

- حدد مجموعة منالمراجع العلمية (كتب- مجلات- رسائل جامعية) يمكن الرجوع لها عند دراسة مشكلة هذا الموضوع مع توضيح كيفية الاقتباس منها وفقاً لطريقة (APA). اشرح ذلك بأمثلة.

رابعا : مشكلة الدراسة

4-1 تعريف مشكلة الدراسة :

تمثل مشكلة البحث نقطة انطلاق للعملية البحثية وتشكل مرحلة أساسية فيها، وتعرف مشكلة البحث على أنها عبارة عن حاجة لم تشبع أو موقف أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى توضيح ودراسة علمية أو قضية بحاجة إلى استقصاء ، وهذه المشكلة يجب أن تتسم بالتحديد الدقيق الواضح والقابلية للبحث والدراسة للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ، وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم.

4-2 طرق صياغة مشكلة الدراسة :

هناك عدة طرق لصياغة مشكلة تختلف من باحث لآخر وسنعرض طريقتين لصياغتها:

الطريقة الأولى:

هي التي ننتقل في صياغتها من العام إلى الخاص، نقدم خلفية حول موضوع الدراسة تكون لها علاقة بالموضوع المطروح للبحث، ثم نعرض بالتفصيل أبعاد ومؤشرات المتغير المستقل بشرط نبتعد عن الأحكام المسبقة في الصياغة ، ثم ننتقل إلى عرض أبعاد ومؤشرات المتغير التابع ، وبعد إبراز أبعاد ومؤشرات المتغيرين القابلين للدراسة والبحث ، نتطرق بعدها إلى طبيعة العلاقة بين المتغيرين، ويكون ذلك من خلال معرفة نوع الأثر الموجود بين أبعاد المتغير الأول وأبعاد المتغير الثاني. وبعد تناول العلاقة الموجودة بين المتغيرين يتم في نهاية المشكلة طرح تساؤل المشكلة في شكل جملة استفهامية أو تقريرية ثم نقوم بصياغة التساؤلات الفرعية انطلاقا من السؤال الرئيسي.

الطريقة الثانية :

هي التي ينتقل الباحث في صياغتها من العام إلى الخاص ، حيث يقوم الباحث بصياغة خلفية عن الموضوع لها علاقة بمتغيرات الدراسة ، ثم يحدد لناالأسباب والأهمية والأهداف التي دفعته لإنجاز هذه الدراسة في شكل فقرة واضحة وبأسلوب علمي ، وفي الأخير يقوم بصياغة نوع المشكلة المطروحة في شكل سؤال رئيسي مع التساؤلات الفرعية والفرضيات.

4-3-مصادر التعرف على المشكلات العلمية

سنقوم فيما يلي بعرض بعض المصادر التي تساعد الباحث في الحصول على مشكلة علمية قابلة للدراسة وهي:

- الملاحظة الميدانية (مشاهدة الواقع المعيش) : ويكون ذلك من خلال متابعة الأحداث اليومية التي تحدث داخل المجتمع.
- مسح أدبيات الموضوع ومراجعتها لمعرفة النقاط التي لم يتم تناولها بالبحث والتحليل.
- متابعة وسائل الإعلام المحلية والوطنية والدولية لمعرفة طبيعة القضايا المطروحة عبرها.
- متابعة وسائل الإعلام الجديد بمختلف أشكاله ومعرفة طبيعة المضامين التي يتم تناولها بشكل كبير.
- الخبرات الشخصية، أحيانا خبرة الباحث الشخصية تقود إلى بلورة مشكلة بحثية كما تطرقنا إليها سابقا.
- الاحتكاك بالأساتذة والخبراء في المجال من خلال المحاضرات المؤتمرات والندوات والملتقيات العلمية.

- القراءة والمطالعة اليومية للكتب والمجلات والجرائد تساعد بشكل كبير في بلورة الأفكار ومعرفة المواضيع التي تستحق الدراسة والبحث.

4-4-خطوات بناء المشكلة العلمية (مرحلة البناء قبل التحرير)

1. **الإحساس بالمشكلة:** يدرك الباحث في الخطوة الأولى أن هناك موقف أو ظاهرة تستدعي التقصي والدراسة ، ويبدأ في إجراء الخطوات لتقرير مدى صلاحيتها للبحث العلمي.

وتتميز هذه الخطوة بالآتي:

- أنها تعتبر اقترابا من الموقف أو الفكرة في إطارها العام ، ونتيجة للملاحظة الأولية للمصادر المختلفة للتعرف على المشكلات.
- إن هذا الإحساس يعتبر دافعا للباحث إلى تطوير البحث والتقصي في المشكلة وعلاقاتها بشكل أعمق ، ويعتبر الإحساس بالمشكلة بداية الطريق إلى التحديد النهائي للمشكلة وليس نهايته.
- ويترتب على ذلك تهيئة الباحث لإعادة النظر في المشكلة وبناء العلاقات بين عناصرها، أو العلاقات مع عناصر أخرى خارجية.
- ضرورة تسجيل رؤية الباحث للمشكلة في مذاكرته بشكل عاجل ، وتسجيل التطور أو التغير الذي يراه الباحث خاصة بها ، مادام التفكير فيها مستمر.

2. **تحليل المشكلة العلمية** : بعد الإحساس بالمشكلة، يقوم الباحث بتفكيك كل عنصر فيها في إطار جزئي وعزله عن العناصر الأخرى ودراسة كل عنصر في صورته الجزئية وعلاقته مع العناصر الأخرى ، ثم إعادة تركيب هذه العلاقات مرة أخرى في شكلها النهائي القابل للتطبيق ، ولا يتوقف الأمر عند اقتراح التفسير من خلال صياغة العلاقات بين السبب والنتيجة ، وإنما يعمل على ربط هذا التفسير بالتعميمات والنظريات العلمية والأدبيات المرتبطة.

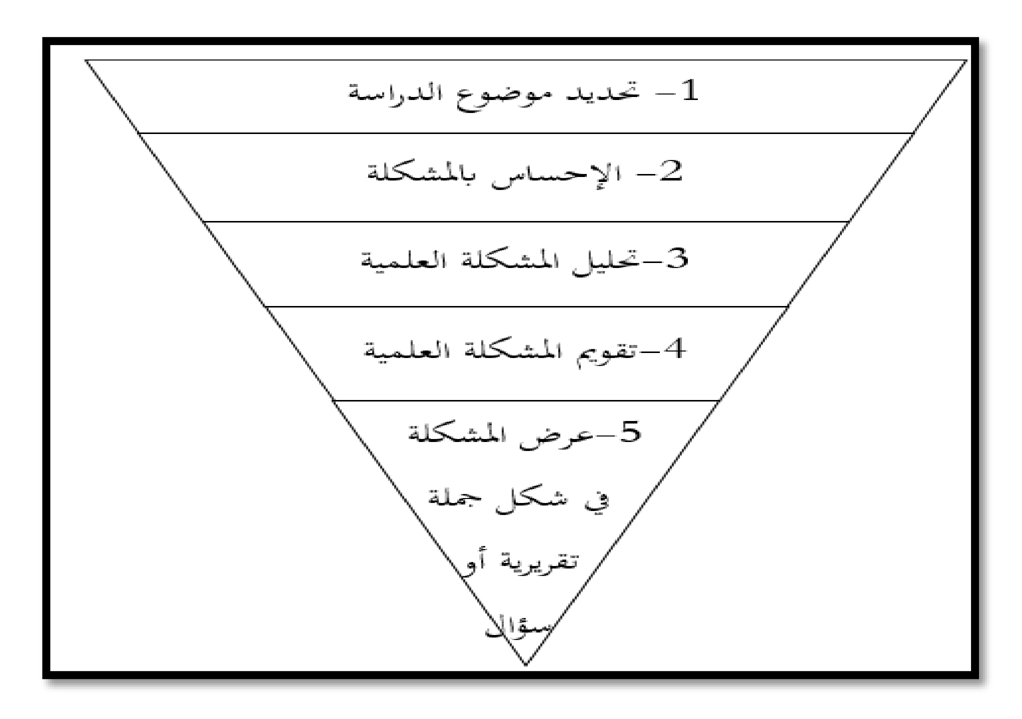
3. **تقويم المشكلة العلمية:** في هذه المرحلة يُقيّم الباحث مدى صلاحية مشكلة بحثه للدراسة ، فيقيمها وفق معايير في شكل أسئلة كالآتي:

- ماهي حدود المشكلة أو الموضوع الذي يهدف البحث لدراسته؟
- ما مدى جدة المشكلة العلمية في علاقاتها بالتراث العلمي في مجال الدراسة؟
- ما مدى أهمية دراسة المشكلة العلمية بالنسبة للمجتمع والبيئة العلمية؟
- ماالذي تضيفه نتائج الدراسة إلى المعرفة الإنسانية؟
- هل تتعارض المشكلة أو طرق دراستها مع المعايير الاجتماعية التي استقر عليها المجتمع والبيئة العلمية؟
- ما مدى قابلية المشكلة العلمية للدراسة والتحقيق؟
- ما مدى اتفاق المشكلة العلمية مع اتجاهات الباحث ومعتقداته؟
- ما هي حدود معارف الباحث ومهارته في مجال البحث العلمي بصفة عامة والمشكلة المختارة بصفة خاصة؟
- ماهي حدود الإمكانيات المادية والب المتاحة لإجراء البحث والوصول إلى النتائج؟

4. **عرض المشكلة العلمية وتحديد أهدافها وأهميتها** : في تقرير موجز يحدد الباحث بدقة المشكلة التي يهدف إلى دراستها ، يقدم فيه تعريفا بالإطار العام أو خلفية المشكلة ، والأسباب الدافعة لدراستها ، وعناصرها أو المتغيرات الحاكمة فيه، والعلاقة بين هذه العناصر أو المتغيرات ، وكذلك النظريات أو التعميمات التي يستند إليها الباحث في بناء هذه العلاقات. ويختم الباحث تقديمه أو عرضه السابق بصياغة للمشكلة العلمية تحدد بدقة الهدف العام من الدراسة ، والمتغيرات التي سوف يدرسها والعلاقة بين هذه المتغيرات ويتم بناء الصياغة وتسجيلها في نهاية العرض في شكل من الأشكال الآتية:

- صياغة المشكلة بعبارة لفظية تقريرية : فإذا أراد الباحث أن يبحث في العلاقة بين متغيرين مثل مواقع التواصل الاجتماعي والتحصيل الدراسي فإن صياغة المشكلة بالعبارة التقريرية التالية : علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالتحصيل الدراسي.
- صياغة المشكلة في شكل تساؤل رئيسي وعدد من التساؤلات الفرعية : يفضل معظم الباحثين في علوم الإعلام والاتصال أن تكون صياغة المشكلة في صورة تساؤل أي على النحو الآتي : ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي؟
- أما التساؤلات الفرعية ، تصاغ كما يلي :
- ما هي الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي؟
- ما هي الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي؟

مخطط يوضح خطوات صياغة مشكلة الدراسة.



خامسا:متغيرات الدراسة.

1-5 تعريف المتغير : صفة أو خاصية محددة عند مجموعة أو عينة من الأفراد أو الظاهرة الخاضعة للبحث. وهناك عدة تصنيفات للمتغيرات نذكر منها:

1. المتغيرات الكمية : هي تلك المتغيرات التي تعبر عن مقدار بحيث يمكن ترتيب الأفراد من الأقل إلى الأكثر، أو من الأصغر إلى الأكبر أو العكس. ويمكن تقديم أمثلة عن ذلك :

- التعبير عن عدد طلبة علوم الإعلام والاتصال في الجامعة.
- عدد الأفلام السينمائية المنجزة سنويا.
- عدد الساعات التي يقضيها الأطفال يوميا أمام برامج التلفزيون.

وتنقسم المتغيرات الكمية إلى متغيرات متصلة صحيحة أو كسرية مثل التعبير عن عدد الساعات التي يقضيها الأطفال يوميا أمام برامج التلفزيون ، يمكن أن تكون المدة ساعة أو ساعة ونصف ، ساعة وربع ... وهناك متغيرات كمية منفصلة وهي التي تأخذ قيمة صحيحة فقط ، مثل عدد الحواسيب الموجودة في البيت ، عدد الأشخاص المشتركين في مجلة معينة ، فلا يمكن أن يذكر شخص أن لديه حاسوب ونصف، أو أن نقول في قسم علوم الإعلام والاتصال (500) طالب ونصف ... كما يمكن التعبير عن المتغير الكمي بالقيمة الكمية اللفظية مثل التعبير عن عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بعدد كبير جدا، كبير، متوسط، قليل ، قليل جدا).

2. **المتغيرات الكيفية أو النوعية:** وهي تعبر على خاصية يتمايز بها الفرد. مثال: الجنس (ذكر، أنثى) ، المستوى التعليمي (ابتدائي، متوسط، ثانوي، جامعي)، الحالة الاجتماعية (أعزب، متزوج، مطلق، أرمل) ، الدخل الفردي (ممتاز، جيد، متوسط ، ضعيف).
3. **المتغير المستقل:** هو المتغير الذي يتم دراسة تأثيره على متغير آخر، إذن هو المتغير المسبب أو المؤثر في المتغير التابع، مثال دور الإذاعة في توعية السائقين من حوادث المرور. (" دور الإذاعة" هو المتغير المستقل لأنه المتغير المؤثر في المتغير التابع "توعية السائقين من حوادث المرور".
4. **المتغير التابع:** هو المتغير الذي يكون ناتجا أو يتغير تبعا لتغير متغير آخر (المتغير المستقل) ويدعى أيضا متغير الأثر، إذن هناك سبب وهناك نتيجة، المتغير المستقل هو عبارة عن سبب محتمل أو مفترض الذي يقيس الباحث تأثيره على المتغير التابع الذي هو النتيجة المفترضة لم تثبت بعد، مثال : دور التلفزيون في التغير القيمي في المجتمع الجزائري، "التغير القيمي في المجتمع

الجزائري" (المتغير التابع) لأن المتغير المستقبل يتمثل في "دور التلفزيون" وهو الذي يؤثر على المتغير التابع.

5. **المتغير الضابط (الوسيط)** : هو الذي يرى الباحث في وجوده تأكيدا للعلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع باعتباره متغيرا محركا أو دافعا للمتغير المستقل، وهو متغير ثانوي يحدده الباحث من أجل معرفة أثره على العلاقة بين المتغير المستقل والتابع. مثال: مشاهدة الرسوم المتحركة لساعات طويلة يؤدي إلى العنف بين الأطفال. المتغير الوسيط في هذا المثال يتمثل في: " الساعات الطويلة ". أما المتغير المستقل فهو:" مشاهدة الرسوم المتحركة ". والمتغير التابع هو: " العنف بين الأطفال".

أمثلة:

- أثر التكنولوجيا الاتصالية الجديدة (م. مستقل) على العمل الصحفي (م.تابع).
- الاتصال الداخلي (م. مستقل) وعلاقته بفعالية عملية اتخاذ القرارات في المؤسسة. (م. تابع)
- الدراما التلفزيونية العربية (م. مستقل) وجمهور النساء الماكثات في البيت (م.تابع).

سادسا: فرضيات الدراسة

6-1- تعريف الفرضية : علاقة متوقعة بين متغيرين أو أكثر أو هي إجابة محتملة لسؤال البحث أو تنبؤ أو تخمين يصف علاقة متوقعة. كما تعرف على أنها جملة تقريرية تمثل توقع أو تنبؤ يصف علاقة بين متغيرين أو أكثر، والعلاقة هنا تكون متوقعة تحتاج إلى اختبار وذلك بعد جمع البيانات ثم تحليل البيانات ثم اختبار صحة

الفرضية، والفرضية تشتق مباشرة من مشكلة البحث، أي أن مشكلة البحث تقودنا إلى التساؤلات.

2-6 خصائص الفرضية البحثية.

1. الفرضية تتكلم عن مجتمع البحث، وتتحدث عن علاقة قائمة بين متغيرات في هذا المجتمع.
2. لا يمكن أن تحمل الفرضية إجابتان متناقضتان.
3. لا يجوز أن يتضمن التعبير عن الفرضية علاقة أهمية وإنما يجب أن تكون العلاقة واضحة إما إيجابية أو سلبية أو لا علاقة (مثل كلمة أفضل ، أحسن، أجدر ...)
4. الفرضية لا يمكن إثبات صحتها إلا عندما تناقش بطريقة منطقية ، وإنما يمكن إثبات صدقها أو عدم صدقها. (وصدقها لا يعني أنها حقيقة مطلقة).
5. نصيغ الفرضيات انطلاقا من تساؤلات الدراسة.
6. أي فرضية بحثية يمكن أن نصوغ منها عددا كبيرا ومتنوعا من التنبؤات أو الاستنتاجات.
7. تصاغ الفرضية بطريقة قابلة للاختبار والقياس.

مثال تطبيقي :

- **عنوان الدراسة:** " استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي"

- **تساؤلات الدراسة :**

1- ما هي دوافع استخدام الشباب الجزائري لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة في حياته اليومية؟

2- ما مدى تأثير استخدام وسائط الاتصال والإعلام الحديثة على قيم الشباب الجزائري؟

3- ماهي الآليات التي يجب اتخاذها لحماية المنظومة القيمية لدى الشباب الجزائري في ظل مخاطر وسائل الإعلام والاتصال حديثة؟

* **فرضيات الدراسة :**

1- إن دافع التفاعل والتواصل يزيد من استخدام الشباب الجزائري لوسائط الاتصال المتعددة.

2- كلما زاد استخدام الشباب الجزائري لوسائط الاتصال الحديثة أدى ذلك إلى عزلته داخل أسرته وجماعته.

3- إن مستوى التعليم يحدد توجه الشباب الجزائري في استخدامه لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة.

4- إن التنشئة الإجتماعية تساهم في توجيه الشباب الجزائري لاستخدام وسائط الاتصال والإعلام فيما يخدم قيم مجتمعهم.

3-6. أسلوب صياغة الفرضيات.

هناك نوعين لصياغة الفرضية، صيغة النفي وهي الفرضية الصفرية، وصيغة الثبات وهي الفرضيات البديلة :

أ. **الفرضية الصفرية** : هي التي تقرر عدم وجود علاقة أو فروق بين متغيرين أو أكثر، كالفرق بين الجنسين أو الفئات ... وغالبا ما نبدأ بكلمة لا ، مثال توضيحي: لا توجد علاقة بين الذكور والإناث في مشاهدة القنوات الفضائية العربية.

ب. **الفرضية البديلة** : هي التي تقرر وجود علاقة أو فروق بين متغيرين أو أكثر، مثال : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة الأفلام الأجنبية وانحراف سلوك الأطفال.

4-6 أنواع الفرضيات.

هناك تصنيفات عديدة للفرضيات سنكتفي بعرض تصنيفين وهما : فرضيات إحصائية وفرضيات وصفية.

أ. **الفرضيات الإحصائية:**

- **الفرضية الفرقية** : وتنقسم إلى نوعين الفرضية المتجهة (الصفرية) والفرضية غير متجهة (البديلة) .

أمثلة:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في تصفح موقع الفايس بوك. (فرضية صفرية).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدام موقع اليوتوب في الفترة المسائية. (فرضية بديلة).
- توجد علاقة سالبة دالة إحصائيا بين كثافة المشاهدة التلفزيونية لدى الأطفال والعزلة الاجتماعية. (فرضية بديلة متجهة).

- **الفرضية الارتباطية** : وهي الفرضيات التي تفترض وجود علاقة ارتباطية بين متغيرين أو أكثر أو لا توجد، **مثال:** توجد علاقة ارتباطية بين مشاهدة التلفزيون لساعات كبيرة والتسرب المدرسي.

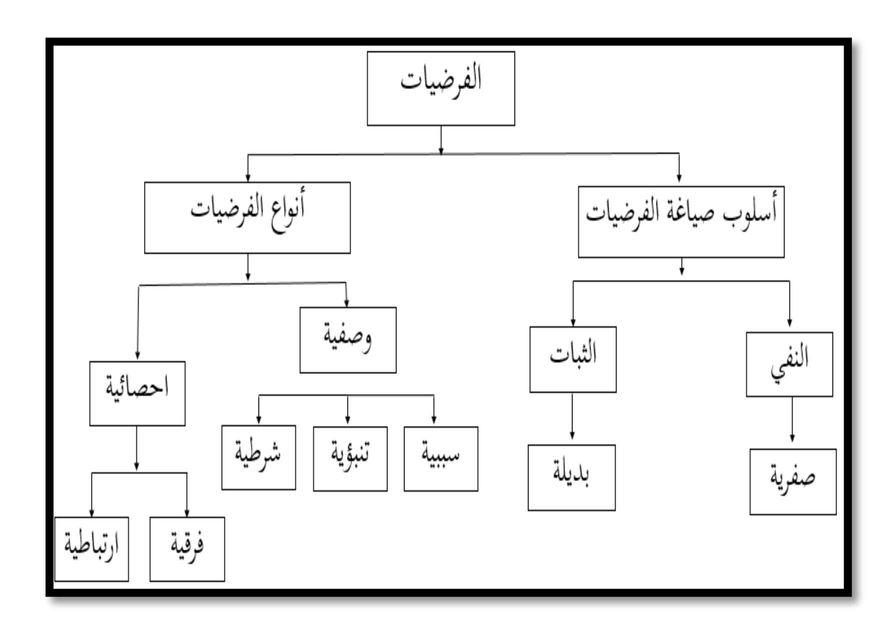
ب. الفرضيات الوصفية

- **الفروض التنبؤية** : وهي الفرضية التي تتوقع من خلال مجموعة من المتغيرات بحدوث ظاهرة معينة، **مثال:** يمكن التنبؤ بأن طلبة علوم الإعلام والاتصال يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير.
- **الفرضيات الشرطية** : وهي التي تفترض وجود تفاعل بين متغيرين أو أكثر لحصول الظاهرة إلا بوجود شرط ، **مثال:** استخدام الانترنت لفترات طويلة يؤدي إلى العزلة الاجتماعية.
- **الفرضيات السببية** : تتعلق بوجود علاقة سببية بين المتغير المستقل والمتغير التابع ، بمعنى الأول يوجد الثاني.

أمثلة:

- كلما زادت نسبة مشاهدة البرامج التلفزيونية الأجنبية الخليعة كلما أدى ذلك إلى الانحلال الأخلاقي وسط الشباب
- كلما زادت ساعات تصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي أدى ذلك إلى تراجع مستواهم العلمي.

- كلما نقصت المشاكل والأزمات داخل المؤسسات الخدماتية أدى ذلك إلى تجسن أداء العمال.



مخطط يوضح أسلوب صياغة الفرضيات وأنواعها.

6-5 شروط صياغة الفرضية :

1. ينبغي أن تصاغ الفرضية بوضوح ، وبمصطلحات محددة أن تكون إجرائية . (لا يجوز استخدام كلمات لها أكثر من معنى عند صياغة فرضيات البحث).
2. يراعي في صياغة الفرضية أن تكون قابلة للاختبار أو البحث ، (يمكن التحقق من صدق أو عدم صدق الفرضية).
3. ينبغي أن تتناول الفرضية الفروق أو العلاقات بين المتغيرات.
4. ينبغي أن تستند الفرضية إلى معالجة نظرية أو دراسات سابقة توضح مبرراتها المنطقية، أي صياغة الفرضيات في ضوء الدراسات السابقة والتعمق في الإطار النظري للبحث.

5. نستند في صياغة الفرضية إلى تساؤلات مشكلة البحث ، ويجب أن لا تحمل الفرضية عدة إجابات متناقضة ، وإنما تحمل إجابة واحدة فقط عن تساؤل الدراسة.

سابعا: كيفية تحديد أسباب وأهمية وأهداف الدراسة.

7-1 أسباب الدراسة : لا يكون اختيار موضوع الدراسة بصورة اعتباطية بقدر ما هو مبني على مجموعة عوامل واعتبارات ، ودوافع ، وعليه فإن اختيارنا للموضوع يكون له من المبررات ما هو كاف سواء كانت مبررات ذاتية مرتبطة بالباحث ، أو موضوعية لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة في هذا العنصر يحدد الباحث المبررات الذاتية والموضوعية التي أدت إلى اختياره للموضوع ، مثال عن أسباب دراسة تقنيات الاتصال الإداري في المؤسسات العمومية الجزائرية **مثلا:**

أ. الأسباب الذاتية :

1) الرغبة الذاتية في دراسة هذا الموضوع ، نظرا لتوفر القدرات العلمية.
2) قلة الدراسات التي تتناول تقنيات الاتصال الإداري ، وأساليبه في المؤسسات الاقتصادية داخل مكتبات جامعات الجزائر.
3) الإحساس الدائم بمشكلة الدراسة ، نظرا للتطور الكبير في تقنيات الاتصال الحديثة داخل المؤسسة.
4) التعرض لبعض المشاكل في الاتصال ، والتواصل مع بعض المؤسسات ، ما أدى إلى القيام بهذه الدراسة.

ب- الأسباب الموضوعية :

1) القيمة العلمية لموضوع الدراسة ، حيث أن أغلب المؤسسات أصبحت تهتم بالاتصال الداخلي والخارجي مع جمهورها.

2) توفر المراجع الخاصة بموضوع الاتصال الإداري بأساليبه ، وتقنياته بشكل كافي.

3) ارتباط موضوع البحث مع طبيعة التخصص.

4) الحاجة للقيام بالمزيد من الدراسات في إطار تقنيات الاتصال في الوسط الإداري داخل مؤسساتنا لمحاولة إثرائها.

5) ضرورة استغلال تقنيات الاتصال الحديثة في المؤسسات الجزائرية ، خاصة الاقتصادية لتسهيل العمل وتطويره ، وجودته ، ورفع من قدرات ومهارات أداء عمال المؤسسة ، وبالتالي رفع أداء المؤسسة إلى المستوى الجيد.

7-2 أهمية الدراسة :

يتعين على الباحث أن يوضح الأهمية العلمية والعملية التي سيضيفها البحث موضوع الدراسة ، ويمكن أن نذكر على سبيل المثال أهمية دراسة تقنية الاتصال الإداري في المؤسسات العمومية الجزائرية.

" اكتست دراستنا أهميتها من أهمية الموضوع المطروح ، إذ يعتبر الاتصال من أهم الوظائف الذي ارتقى بالمجتمعات الحديثة ليس هذا فحسب ، بل أصبح نجاح المؤسسات مرهونا بنجاح الاتصال بأساليبه وتقنياته داخل المؤسسات ، وكذا الإدارة التي أصبح الاتصال أحد أشكالها ، غير أن أهمية الدراسة جاءت للأهمية القصوى للاتصال ودوره في تحسين الأداء داخل المؤسسات وخاصة المؤسسات العمومية، التي نريد معرفة دور الاتصال داخلها ومدى تأثيره على تحسين الأداء ، وبصورة أوضح تتحدد أهمية الدراسة بما يلي:

1) التدرب والتعود على القيام بالبحوث الميدانية ، وكذا التحكم في تطبيق الإجراءات المنهجية وتقنيات البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية.

2) إضافة معرفة أو رصيد معرفي للمكتبة ، وللطلبة ، وللجامعة ككل.

3) هذه الدراسة في المستقبل لها أهمية كبيرة ، إذا تم استغلالها من طرف المؤسسات الاقتصادية.

4) التركيز على كيفية ، وطريقة استخدام تقنيات الاتصال الحديثة داخل المؤسسات العمومية من خلال خدماتها المتنوعة ووسائلها.

7-3.أهداف الدراسة.

يتوجب على الباحث أن يحدد الأهداف التي يصبو البحث إلى تحقيقها ، ذلك أن تحديد الأهداف المرجوة سيساعد في رسم خطة البحث بشكل سليم ويسهل اختيار أدوات البحث المناسبة في عملية عرض البيانات ومناقشتها ، كما أنه يرسم حدودا للبحث يناقش في إطارها وتقيم نتائجه في ضوئها أيضا ، مع الإشارة إلى أن تكون الأهداف في صميم البحث المدروس. ونستطيع تحديد هدف البحث بالقول مثلا "أن الباحث يهدف إلى تحديد أثر القنوات الفضائية الأجنبية على القيم الأخلاقية للشباب العربي". وحتى يستطيع الباحث ضبط أهداف دراسته لا بد من العودة لتساؤلات الدراسة.

التطبيق (01):

إليك الموضوع الآتي:

تصفح النخبة الجامعية للصحافة الإلكترونية وعلاقته بمقروئية الصحف الورقية في الجزائر.

المطلوب:

1- حدد متغيرات هذا الموضوع.

2- استخرج خمسة متغيرات كمية وأخرى كيفية من العنوان.

3- حرر مشكلة علمية لهذا الموضوع تبرز طبيعة العلاقة بين متغيرات الموضوع.

4- صغ ثلاثة أسئلة لهذا الموضوع.

5- صغ ثلاثة فرضيات متنوعة لهذا الموضوع.

6- حدد المفاهيم الواردة في العنوان مع تحديد أبعادها ومؤشراتها القابلة للقياس والاختبار.

7- حدد أسباب وأهمية وأهداف إنجاز هذا الموضوع.

التطبيق (02):

طلب منك إعداد موضوع علمي له علاقة بالنشرات الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي ، لمعرفة التحولات التي حصلت داخل غرف الأخبار في كبرى القنوات الفضائية العالمية.

المطلوب:

1- صغ عنوانا يحمل مشكلة علمية.

2- حدد متغيرات العنوان بدقة.

3- صغ ثلاثة تساؤلات لهذا الموضوع.

4- حدد مفاهيم الدراسة وأشرح كيفية تعريفها.

5- حدد دراسة سابقة لهذا الموضوع ، وأشرح كيفية عرضها.

6- حدد أسباب وأهمية الموضوع.

7- ضع مخطط لمراحل بناء مشكلة الدراسة لهذا الموضوع.

ثامنا: مجالات الدراسة وأهميتها في البحث العلمي.

تعتبر مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية التي يجب على الباحث تحديدها ووضعها بدقة فمن خلالها يتم التعرف على المكان الذي تتم فيه الدراسة ، وكذا التعرف على المدة الزمنية التي استغرقها البحث ، إضافة إلى معرفة الأفراد الذين تم التركيز عليهم في البحث العلمي (مجتمع الدراسة) ، وتتضمن حدود الدراسة ثلاثة مجالات وهي كالآتي : المجال الزمني ، لمجال المكاني ، المجال البشري.

مثال:

دراسة بعنوان : أساليب الاتصال الإداري ودورها في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسات الاقتصادية – دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز بولاية جيجل أنموذجا –

المجال الزمني : استغرق المجال الزمني للدراسة قرابة سبعة أشهر، ابتداءً من شهر نوفمبر لسنة (2016) ، إلى غاية (15) ماي(2017) ، وتنقسم هذه المدة فيها الدراسة إلى جانبين : الجانب النظري والجانب الميداني ، يجب ذكر كل التفاصيل التي مر بها الباحث لإنجاز الجانب المنهجي والنظري للدراسة.

- **الجانب الميداني :** الذي شرع فيه ابتداءً من شهر مارس إلى غاية نهاية شهر أفريل (2017) ، وقد مر إنجازنا للجانب الميداني بمرحلتين:
  - **مرحلة الزيارات الاستطلاعية :** انطلقت ابتداءً من (10) مارس إلى غاية (20) مارس وقد تم فيها تجميع المعلومات الأولية حول المؤسسة ، وعن موضوع الدراسة ، كالتعرف على طبيعة العلاقات والمعاملات بين الموظفين ، والأجهزة التي تمتلكها المؤسسة في أداء عمالها لوظيفتهم اليومية ، ومعرفة أقسام المؤسسة.

- **مرحلة جمع المعلومات :** وامتدت من (27) مارس إلى غاية (30) أفريل (2017). وتم فيها إجراء المقابلات مع بعض الموظفين ، مثل المكلفة بالاتصال ، وكذلك رئيس قسم تسيير أنظمة الإعلام الآلي ، ورئيس قسم المالية والحاسبة.

كما تم خلال هذه الفترة تصميم الاستمارة ، وتجريبها على مدى يومين ، ليتم بعدها تطبيق الاستمارة النهائية المعدلة ، ودام ذلك أسبوع ونصف ليتم تجميعها وتفريغها، وتحليلها وتفسيرها واستخراج النتائج ، واستغرق ذلك حوالي شهرين.

- **المجال المكاني:**

حتى يتمكن الباحث من تحقيق هدفه من الدراسة ونجاحها، لابد أن يكون على دراية تامة بكافة المعلومات المتعلقة بمكان ومنطقة البحث، أو ما يسمى مجتمع البحث، وقد أجريت هذه الدراسة بشركة توزيع الكهرباء والغاز بالشرق الجزائري ، بفرع جيجل ومقرها بوسط مدينة جيجل، " وهي المديرية الجهوية لتوزيع الكهرباء والغاز ، وتعتبر إحدى فروع مجمع سونلغاز لإنتاج وتوزيع الكهرباء والغاز ، تأسست سنة (2005)، بعد التعديل الهيكلي لمجمع سونلغاز.

تقع هذه المديرية وسط مدينة جيجل ، يحدها من الشرق بلدية جيجل ، ومن الشمال البحر المتوسط ، ومن الجنوب مديرية الضرائب والخطوط الجوية الجزائرية، ومن الغرب الشركة الجزائرية للمياه يقدر رأس مالها حوالي (2400000) دينار جزائري ، ويتمثل نشاطها الأساسي في توزيع ونقل الغاز والكهرباء، فبالنسبة لنقل الكهرباء يتم عن طريق محطات كهربائية ، وبضغط مرتفع (220) كيلو فولط أما بالنسبة للغاز فشركة سوناطراك تقوم بإنتاجه في حاسي مسعود (ولاية ورقلة) ، وتتكفل بإرساله عبر قنوات التوزيع إلى وحدة سكيكدة، ودور المديرية الجهوية لجيجل

نقله عن طريق مسير شبكات نقل الغاز كما تحتوي وحدة جيجل لسونلغاز على أقسام ومصالح متعددة".[37] (وثائق من مصلحة الاتصال للمديرية).

- **المجال البشري :**

تنطوي دراستنا على" مؤسسة سونلغاز "، حيث تستهدف مجموع الأفراد والعاملين (إطارات سامية ، تقنيين، عمال التنفيذ)، في مختلف المصالح والأقسام، الذي يتكون من فئات عمرية مختلفة من حيث الجنس (ذكور، إناث) ، ومن حيث العمر(شباب، فتيات، نساء، رجال) متزوجين ، وغير متزوجين ، فالبعض منهم يسكن بالقرب من المديرية ، وبعضهم الآخر بعيدا عن مقر المديرية ، يحملون شهادات جامعية مختلفة في التخصصات العلمية ، وهذا راجع إلى اختلاف طبيعة الأقسام المتواجدة بالمديرية حيث نجد عمال المديرية مختلفين في الميولات والخلفيات ، وكذا في المستوى التعليمي، والخبرة، والكفاءة في العمل ، ويقدر عددهم بـ:(415) مفردة ، موزعين في أقسام ومصالح وإطارات كل حسب تخصصه ، وقدراته العلمية والعملية.

تاسعا: مفاهيم الدراسة وأهميتها في البحث العلمي :

على الباحث أن يحدد مفاهيمه جيدا في الدراسة ، ويحذر المختصون من إمكانية وقوع البحث في متاعب وصعوبات نتيجة إهمال الباحث وعدم دقته في تحديد المفاهيم المستخدمة، وعند تعريف المفاهيم يقوم الباحث بشرحها بأسلوب مبسط.

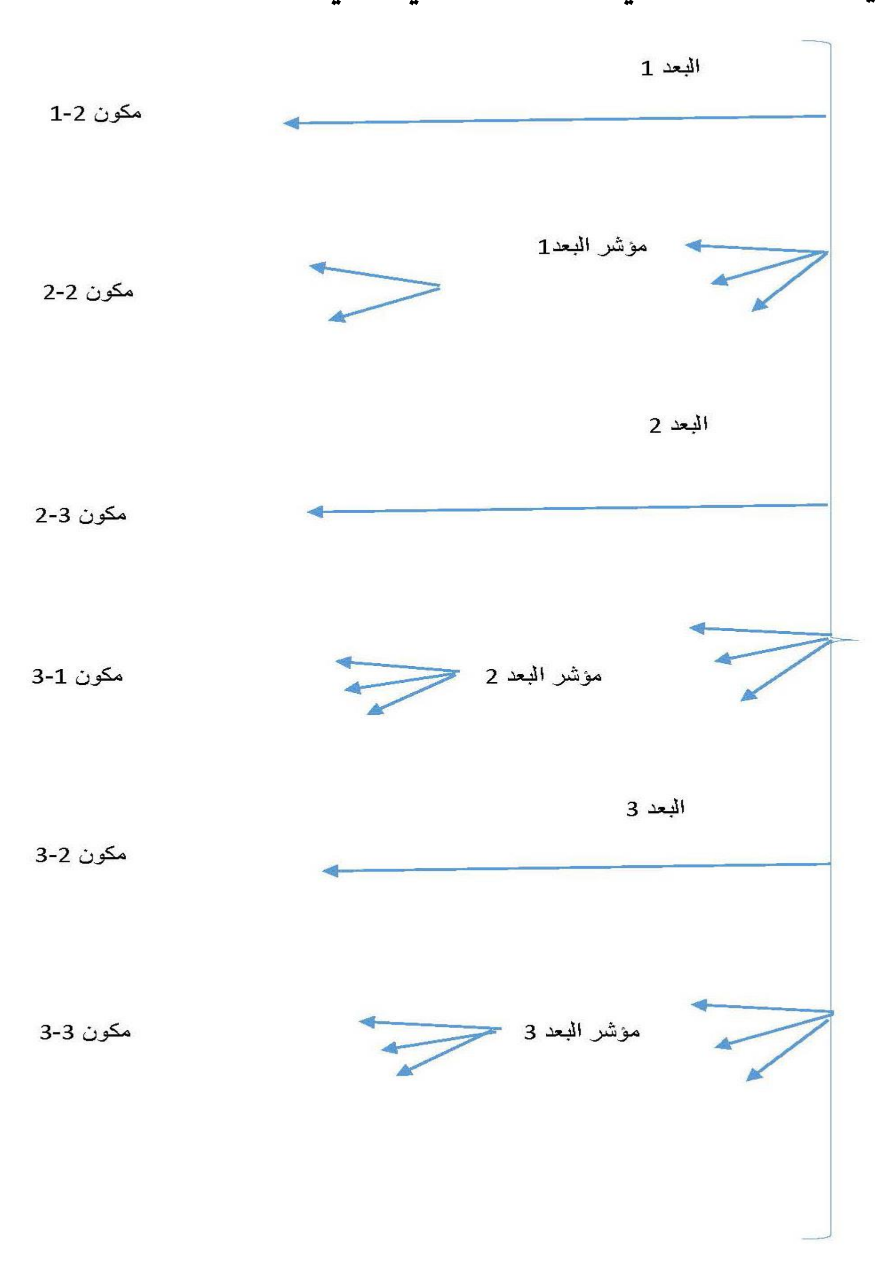
9-1 المفاهيم اللغوية : هي تحديد المعنى المقصود من اللفظ أي ما يراد منه في اللغة ، وعند تعريف الكلمة لغويا ، نعود إلى جذور وأصل الكلمة في المعاجم والقواميس.

9-2 المفاهيم الاصطلاحية: هي عبارة عن بناء مجرد يسعى لتمثيل الواقع من وجهة نظر الباحث ، ولذلك فالأمر هنا يتعلق ببناء إنتقائي فبناء مفهوم ما ينصب على تحديد الأبعاد التي تحدده والمؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس هذه الأبعاد.

وبصفة عامة هي التعريفات والشروحات التي تقدم من طرف الكتاب والأساتذة والمنظرين لمفاهيم متعددة وفي مجالات مختلفة ، ويسعى الباحثون لتقديم تعريفات شاملة حول مفاهيم دراساتهم لأن معرفة دلالات المفهوم يسهل على الباحث صياغة وبناء بحثه بشكل دقيق.

9-3 المفاهيم الإجرائية: هي التي تغطي أو تصل الفجوة بين المستوى النظري والفكري والمستوى الامبريقي ، وتعرف على أنها " تتضمن سلسلة من التعليمات التي تشرح العمليات التي يجب أن يقوم بها الباحث ليظهر وجود أو درجة وجود حدث إمبريقي معين معبر عنه بإحدى المفاهيم ، أي وصف محدد للظاهرة ، وكيف تدرس في مفاهيم توضح كيف سيتم قياس الظاهرة." فتعريف المفهوم إجرائيا يرتبط حسب ما نريد الوصول إليه من الدراسة أي هدف الدراسة ولهذا يجب على الباحث تقديم تعريفات شاملة لمفاهيمه من الناحية الإجرائية وذلك بما يناسب الدراسة الميدانية والتطبيقية التحليلية ، بحيث يجب ذكر أهم الأبعاد والمؤشرات التي يريد الباحث قياسها واختبارها في ميدان الدراسة.

ويمكن تلخيص ذلك في الشكل التوضيحي التالي :



9-4 الغرض من تحديد المفاهيم :

- نحدد المفاهيم حتى لا يختل المعنى ونضع البحث في السياق المناسب.
- لتوضيح المفهوم وإزالة الغموض.
- اختلاف المفاهيم من فرد لآخر بحيث يتفق الباحثون على معاني ومضامين وأحيانا يختلفون فيها ، خصوصا إذا كانوا ينحدرون من مدارس وجامعات مختلفة.
- هناك بعض المفاهيم لا تعبر عن الأشياء المادة وإنما تعبر عن المجردة مثل الإحساس والتماسك وهي مفاهيم يتطلب تحديدها تحديدا دقيقا.
- تحديد معاني بعض المفاهيم مثل الروح المعنوية وبعض الألفاظ تتسم بالغموض ، جيد ، سيء ، ضعيف ، رديء ، والتي تعبر عن مقادير كيفية ، وبعض المفاهيم تعبر عن مقادير كمية مثل قليل ، كاف مثال : الديمقراطية يختلف هذا المفهوم باختلاف المنطلقات الأيديولوجية ، فهو عند البعض حكم الطبقة المالكة للإنتاج ، والبعض الآخر هي المساواة وتعني أيضا تكافئ الفرص والتوزيع العادل للثروة.
- إن تحديد المفاهيم يعني توضيح وجهة نظر الباحث.

9-5 الفرق بين المفهوم والتعريف:

- المفهوم يتضمن تعريف أو أكثر من تعريف ، أما التعريف لا يقدم لنا إلا الخاصية الأولية للمفهوم ولا يتعمق ولا يركز على الخصائص النظرية.
- المفهوم قد يشمل على عدة تعاريف أما التعريف فيقتصر على الخصائص الأخرى كتلك التي تركز على الدلالات التجريبية ونظريات أشمل.

9-6 الفروق بين المفاهيم الاصطلاحية والإجرائية:

- المفاهيم النظرية تنطبق على المجتمعات ككل، لكن الإجرائية مختلفة في المجتمعات.
- المفاهيم الاصطلاحية لا تخضع للزمان فهي صالحة في كل الزمان لكن الإجرائية لابد من مراعاة الزمان.
- المفاهيم النظرية تعكس السلوك الإنساني بشكل عام في حين تعكس المفاهيم الإجرائية السلوك الإنساني بشكل خاص.
- المفاهيم الاصطلاحية وصفية عامة في حين الإجرائية واقعية تجريبية فهي مرهونة بمكان وزمان.

أمثلة تطبيقية نعرض فيها مفاهيم بعض الدراسات:

- ❖ **مفاهيم موضوع " الأساليب الإقناعية في برامج الدينية على قناة الرسالة الفضائية "** : الأسلوب ، الإقناع، الأساليب الإقناعية ، البرنامج، الدّين ، البرامج الدينية ، قناة الرسالة ، برنامج سواعد الإخاء ، الدعوة ، الإعلام الإسلامي.
- ❖ **مفاهيم موضوع: "استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على الشباب الجامعي:** الاستخدام ، تكنولوجيا الاتصال والإعلام ، القيم، الشباب.
- ❖ **مفاهيم موضوع: "القيم الإسلامية في الدراما التاريخية العربية التلفزيونية":** القيم، القيم الإسلامية ، الدراما، الدراما التاريخية ، التلفزيون.

مثال توضيحي :

إن مفهوم الفاعل الإجتماعي هو مفهوم يستخرج من العلاقة الإجتماعية والتفاعلات بين الأفراد. فالفاعل الإجتماعي يعتبر قطبا من أقطاب العلاقة الإجتماعية الصراعية الفردية أو الجماعية ومن ثمة فهو يحدد من خلال بعدين معرفيين أساسين هما:

- **البعد رقم 1:** قدرة الفاعل على التعاون .
- **البعد رقم2 :** قدرة الفرد على تحويل التدبير في إطار العلاقة الصراعية .

يمكن مناقشة المفهوم من خلال هذين البعدين على النحو التالي : إن التبادل في نطاق التعاون هو تبادل مستمر حيث يجند الفاعلون مواردهم ويشغلونها في إطار القواعد المنظمة للتعاون ، وعلى الفاعل أن يدمج معاييره وأن يحترم المبادئ والممارسات حسب الحدود الملتزم بها. يكون التعاون سهلا ومثمرا مادام الفاعلون يتقاسمون نفس القيم ويتفقون حول غايات المشروع الذي يتشاركونه.

في سياق التعاون تظهر تجليات أخرى للفاعل الاجتماعي ضمن بعد الصراع وذلك من خلال مجموعة من المكونات والمؤشرات التي تساعد على تحديد هذا البعد .

وعليه نخلص لما يلي :

مفهوم الفاعل الإجتماعي يضم بعدين هما: التعاون والصراع.

أ- بعد التعاون يضم المؤشرات التالية:

1. المؤهلات والموارد مثل : رؤوس الأموال – الشهادات – الكفاءات – القدرات الشخصية – التجربة .

2. المنفعة والوضوح : مؤهلات معترف بها إجتماعيا- وضوح أطراف العلاقة - غايات واضحة.
3. الإعتراف .
4. الإدماج واحترام القواعد.
5. غايات منسجمة.

ب- بعد الصراع يضم المؤشرات الآتية :

1. القدرة على التعرف على الفاعلين والرهانات.
2. القدرة على إدراك القواعد.
3. الوعي بمجال الحرية.
4. القدرة على تدبير الصراع.

تطبيق :

إليك المفاهيم الآتية :

التصفح – الفاعل الإجتماعي– عادات وأنماط المشاهدة – الإعلام الجديد – الاتصال الأزماتي– الاتصال التسويقي– الإعلانات الإلكترونية – الذباب الإلكتروني.

المطلوب :

–حدد أبعاد ومؤشرات هذه المفاهيم.

عاشرا : الدراسات السابقة :

يقوم الباحث بقراءة متأنية ووافية للدراسات التي لها علاقة ببحثه قصد الاستفادة منها على مستوى تصميم بحثه، وكذا التعرف على النتائج التي توصل إليها الآخرون، حتى يتمكن من الانطلاق من هذه النتائج في عمله وهذا من خلال الحرص على أن يكون عمله مكملا للمجهودات السابقة دون تكرار ما قام به الآخرون. والباحث مطالب بعرض الدراسات السابقة ، وتوضيح كيفية توظيفه لها في بحثه ، حيث تظهر في بناء مشكلة البحث وفي تحليل البيانات. وهناك تصنيفات عديدة للدراسات السابقة منها:

⇐ وفق الموقع الجغرافي الذي أنجزت فيها الدراسة مثلا محلية ، عربية وأجنبية.

⇐ وفق متغيرات الدراسة.

⇐ وفق الترتيب الكرونولوجي (الزمني).

ملاحظة : على الباحث أن يشير إلى التصنيف الذي اعتمده في ترتيب الدراسات السابقة لبحثه.

كما توظف الدراسات السابقة أو المصادر في البحث العلمي حسب أهميتها كما يلي: المقالات، المؤتمرات والملتقيات ، التقارير والوثائق ، ثم الكتب بمختلف اللغات. وهناك بيانات أولية أو شروط يجب أن تتوفر في الدراسات السابقة القابلة للتوظيف في البحث وهي:

- اسم ولقب الباحث ، عنوان الدراسة، الجامعة ، الدرجة العلمية ، السنة الجامعية، إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ، الفرضيات ، منهج وأدوات الدراسة ثم أهم النتائج، كما يقوم الباحث بالتعقيب عليها بعد عرضها لتوضيح نقاط الاستفادة منها.

نموذج تطبيقي : كيفية عرض دراسة سابقة.

دراسة سابقة بعنوان: " **الفعالية الاتصالية في المؤسسة الجزائرية**" ، دراسة ميدانية في الشركة الوطنية للكهرباء والغاز، للباحثة ." **ص-ر**"، بجامعة قسنطينة ، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم الاجتماعية ، فرع تنمية الموارد البشرية ، لسنة 2009/2008.

وتدور إشكالية هذه الدراسة حول الكشف عن محددات فعالية اتصال المؤسسة من خلال قياس متغيرات القائمين بالاتصال ، وسائل الاتصال الشاملة ، المتغيرات التنظيمية ، ثم المتغيرات البيئية.

وعلى ضوء ما ذكر انطلقت هذه الدراسة من الفرضيات الآتية:

- هناك تحسن نوعي لوسائل اتصال المؤسسة في ظل اقتصاد السوق.

- هناك تأثير متبادل بين الاتصال الداخلي ، والاتصال الخارجي للمؤسسة.

- تزيد الفعالية الاتصالية بتخفيض الروابط التنظيمية.
- هناك تأثير للمتغيرات البيئية على الفعالية الاتصالية : العوامل الشخصية ، الظروف الاجتماعية للجمهور ، العادات والتقاليد ، النظام السياسي والاجتماعي، العوامل الاقتصادية.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي، باستخدام أسلوب المسح الشامل واستعمال استمارة الاستبيان كأداة أساسية في جمع البيانات والمعلومات للوصول إلى النتائج.

وتوصلت الباحثة في نهاية دراستها إلى جملة من النتائج أهمها:

- هناك تحسن نوعي لوسائل اتصال المؤسسة ، في ظل الإصلاحات وكذا تطوير بعض وسائل الاتصال الداخلي ، فقد أصبحت وسيلة الانترانت هي الأكثر استخداما في هذه المؤسسة.

كما توصلت الدراسة بأن تخفيض الروابط التنظيمية يزيد من الفعالية الاتصالية نظرا لكون التعليمات تأتي من المديرية العامة ، وبمرور المعلومات على المستويات الإدارية يؤخر وصولها في الوقت المحدد ، مما يؤثر سلبا على اتخاذ الإجراءات الاتصالية اللازمة". (رماش، 2008 ،2009).

التعقيب على الدراسة : وتعتبر هذه الدراسة فرعا من دراستنا، فقد تناولت دراسة **الباحثة (ص. ر)** أهمية الاتصال داخل المؤسسة الاقتصادية وواقعه داخلها، بينما دراستنا تتمحور حول أهم الوسائل الاتصالية المستخدمة بإدارة سونلغاز، وكذا أهم التقنيات المستعملة ، ومدى تمكن إدارة سونلغاز من استخدامه وتوظيفه ، وبالتالي تحسين أداء المؤسسة.

كما نجد هذه الدراسة تتشابه مع دراستنا في الإجراءات المنهجية ، حيث تندرج كليهما ضمن الدراسات الوصفية ، وقد استخدما استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات.

وبغض النظر عن الاختلافات الموجودة ، فقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا من خلال توجيهنا إلى المراجع ، وخاصة فيما يتعلق بالاتصال التنظيمي ، كما أنها أفادتنا في الإحاطة بالموضوع المدروس سواء من الناحية النظرية ، والمنهجية من خلال استخدامها في مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج دراستنا.

المراجع

1. أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2010).
2. عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية ، أسسه، أساليبه، مفاهيمه، وأدواته، (عمان، دار المسيرة، 2001).
3. عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، البحث العلمي الكمي والنوعي، (عمان: دائرة المكتبة الوطنية، 2009).
4. عبد العزيز بركات، مناهج البحث الإعلامي، الأصول النظرية ومهارات التطبيق، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2011).
5. عبد الكريم غريب، منهج البحث العلمي في علوم التربية والعلوم الإنسانية، (الدار البيضاء: منشورات عالم التربية، 2012)
6. فضيل دليو، دراسات في المنهجية، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2017).
7. فضيل دليو، قضايا منهجية في العلوم الاجتماعية، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2001).
8. مادلين غراوتيز، ترجمة: سام عمار، منطق البحث في العلوم الاجتماعية، (دمشق، مطبعة طربين، 1993).
9. محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017).
10. محمد عبد الحميد، البحث في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، 2004).
11. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، (الجزائر: دار القصبة للنشر، 2013).

الفصل الثاني
أنواع العينات وكيفية اختيارها

عندما يضبط الباحث مشكلة دراسته وتساؤلاته وأهدافه ، يجب عليه القيام بالدراسة الميدانية أو التطبيقية لأجل الإجابة عن تساؤلات الدراسة والوصول إلى جملة من النتائج، وقبل الوصول إلى وضع النتائج يمر الباحث بعدة مراحل ، ومن بين هذه المراحل اختيار مجتمع الدراسة وعينة الدراسة إن تطلب الأمر ذلك . ولأن هذه المرحلة مهمة في مسار البحث يجب على الباحث أن يعطى لها أهمية كبيرة، فمجتمع الدراسة يختلف من دراسة إلى أخرى ، ولهذا يجب على الباحث ضبط طبيعة المجتمع وخصائصه وعدد مفرداته، وإمكانية القيام بالمسح الشامل أو المعاينة. وفيما يلي أنوع مجتمعات الدراسة:

أولا- تعريف مجتمع الدراسة وخصائصه :

يتكون مجتمع البحث من مجموعة من الأفراد: وهذا النوع من المجتمعات يختلف حسب طبيعة المشكلة المدروسة، فهناك عدد معتبر من السمات العامة يركز عليها الباحث لأجل ضبط خصائص مجتمع بحثه وأبرز هذه السمات نذكر: الجنس، المستوى التعليمي، الحالة الاقتصادية ، الحالة الاجتماعية ، مكان الإقامة ، طبيعة الوظيفة، سنوات العمل....إلخ كما يجب على الباحث معرفة تفاصيل دقيقة عن مجتمع بحثه وأبرز هذه التفاصيل هي: حجم المجتمع، مدى تشتت مفردات المجتمع، مدى تجانس مفردات المجتمع، مكونات المجتمع...إلخ.

- مجتمع الدراسة عبارة عن وثائق أو كتب أو مجلات أو جرائد أو شرائح فيلمية": هذا النوع من المجتمعات يختلف عن النوع الأول، لأن الدراسة تكون مركزة على الوثائق والسجلات والشرائح الفيلمية ولهذا يجب على الباحث معرفة الكثير من

العناصر والتي تسهل عليه عملية البحث في هذا النوع من المجتمعات وهذه الخصائص نذكر منها الآتي: حجم الوثائق – إمكانية الحصول على الوثائق المكتوبة أو المادة الفيلمية السمعية أو السمعية البصرية أو الإلكترونية ، خصائص هذه الوثائق أو الأشرطة، تاريخ صدورها،...إلخ.

– خصائص مجتمعات الدراسة:

يجب على الباحث قبل الشروع في تحديد عينة الدراسة أو القيام بالمسح الشامل تحديد خصائص مجتمع البحث، وأهم العناصر التي يمكن التركيز عليها ما يلي:

- تحديد حجم المجتمع .
- القدرة على إجراء الدراسة الميدانية أو التحليلية على مفردات مجتمع الدراسة.
- ضبط مدى تجانس مجتمع الدراسة من عدمه.
- تحديد مدى تشتت مجتمع الدراسة أو تواجد جميع مفرداته في منطقة واحدة.
- إمكانية الوصول لجميع مفردات مجتمع الدراسة من عدمه.

ثانيا– أساليب جمع المعلومات:

يوجد أسلوبين لجمع المعلومات هما :

❖ **أسلوب المسح الشامل** : طريقة جمع البيانات والمعلومات من وعن جميع عناصر أو مفردات مجتمع الدراسة بأساليب مختلفة.

❖ **أسلوب العينة** : وهي طريقة لجمع البيانات والمعلومات من عناصر وحالات محددة يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر المشكلة المدروسة.

- **خصائص أسلوب المسح الشامل :**

- القدرة على الوصول إلى نتائج أكثر دقة عن المجتمع المدروس.
- التحقق من نتائج البحث نتيجة استغراق الباحث وقتا كبيرا في إنجاز البحث.
- التعامل مع كل مفردات المجتمع يعطي لنتائج البحث مصداقية وموضوعية أكثر.
- لمسح جميع مفردات مجتمع البحث يجب توفر الوقت والإمكانات المادية والبشرية للباحث.

- **أسلوب المعاينة :** اختيار جزء صغير من مفردات مجتمع البحث اختيارا عشوائيا أو منتظما أو قصديا، لأجل إجراء الدراسة الميدانية أو التحليلية ، واختيار حجم العينة يرتبط بأهداف الدراسة وإمكانات الباحث المادية.

- **خصائص أسلوب المسح بالعينة :**

- تكلفة البحث تكون أقل بكثير من مسح جميع مفردات الدراسة.
- الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة يعمل على اختصار الجهد والوقت لإجراء البحث .
- القدرة على الوصول إلى نتائج الدراسة دون مسح جميع مفردات المجتمع ، ويمكن تعميم نتائج المعاينة في أغلب الحالات.
- القدرة على تمثيل المجتمعات الكبيرة للظاهرة المدروسة.
- اجتناب الوقوع في الخطأ نتيجة تعقد العمليات في دراسة المجتمعات الكبيرة.

ثالثا– أنوع العينات.

نظرا للصّعوبة التي يواجهها الباحث في دراسة جميع مفردات المجتمع الأصلي في إطار إمكانياته المادية والوقت الممنوح له لإنجاز دراسته والذي في الغالب يكون محدودا، فإنّ أسلوب المعاينة أو الاختيار الصحيح للعينة الممثلة لهذا المجتمع هو أمر مرغوب فيه، وبذلك اجتمع الباحثون في تصنيف العينات إلى نوعين رئيسيين تبعا لتدخل الباحث في تحديد مفرداتها ، وتجدر الإشارة إلى أنّه لا توجد طريقة واحدة في اختيار العينات الخاصة بالدّراسات الإعلامية وإنّما يتوقف اختيار نوع معين من العينة دون أخرى لعدة اعتبارات أهمها طبيعة المشكلة ، وحجم الجمهور المستهدف ، ونوع المادة موضوع التحليل وخصائص الجمهور أو المضمون ، وتصنف العينات إلى:

العينات الاحتمالية (عشوائية) : والتي يخضع اختيارها لقوانين الاحتمالات ، وتعطي فرصا متساوية لجميع المفردات في الاختيار.

1- **العينة العشوائية البسيطة** : هي العينة التي يتم اختيار مفرداتها عن طريق القرعة، وهذه الطريقة تتيح فرصا متساوية أمام مفردات المجتمع البحثي في الظهور ويستخدم هذا النوع من العينات في دراسة المجتمعات المتجانسة والمعروفة وغير المشتتة ، وذلك حتى يتمكن الباحث بتسجيلها في عملية الاختيار العشوائي ، ويشترط أن تكون لدى الباحث قوائم جميع مفردات مجتمع الدراسة.

أمثلة توضيحية :

مثال1:

استخدامات تكنولوجيا المعلومات في مواجهة صعوبات التعلم

– دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ابتدائية ميرادة ببلدية قاوس –جيجل"–

لنفترض أن عدد مجتمع البحث (عدد تلاميذ ابتدائية "ميرادة") يقدر بـ 600 تلميذ والباحث يريد اختيار عينة قدرها 10% من مجتمع الدّراسة وفق العينة العشوائية البسيطة.

ملاحظة : يمكن للباحث أحذ نسبة أكبر من (10%) يتوقف ذلك على الوقت والجهد الفكري.

أولا : يقوم بترقيم كل مفردات المجتمع البحثي ، أي يقوم بكتابة جميع أسماء تلاميذ هذه الابتدائية من (1 إلى 600) في قصاصات ورقية أو يسجل التلاميذ في الحاسوب في شكل قوائم.

ثانيا: وضع القصاصات في إناء ثم خلطها جيدا.

ثالثا: يستخرج عدد مفردات العينة عن طريق العملية الحسابية الآتية:

600× 10= 60 مفردة (ملاحظة: يمكن للباحث أخذ نسبة أكبر من (10 %)).

100

رابعا: يتم سحب المفردة الأولى بشكل عشوائي بعد عملية الخلط (ملاحظة) القصاصة التي يتم سحبها لا تعاد إلى الإناء.

خامسا: يتم تسجيل المفردة الأولى ثم تسحب المفردة الثانية بنفس الطريقة إلى أن يتم سحب 60 مفردة ، وهو حجم العينة المطلوب.

مثال2:

التربية الإعلامية في برامج قنوات الأطفال الفضائية

دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة طيور الجنّة

مجتمع الدراسة هو كافّة البرامج التي تقدمها قناة طيور الجنّة ، وتتمثل هذه البرامج في أناشيد تعرضها القناة على شاشتها، ونظرا لأن هذا المجتمع البحثي معروف ومحدد ومتجانس فإن العينة العشوائية البسيطة تعد الأنسب لتمثيل هذا المجتمع بناء على ذلك يقوم الباحث بعدّ كل الأناشيد التي تقدمها القناة خلال فترة زمنية معينة ، ومن ثمّ تحديد حجم العينة بناءً على حجم المجتمع البحثي ، ومن ثم تسجيل كل الأناشيد التي عرضتها القناة في الفترة المحددة ، وبعدها نقوم بكتابة عناوينها في قصاصات مع ترقيمها، ثم نقوم بسحب العدد المطلوب حسب النسبة التي تم تحديدها مسبقاً، ونراعى عند سحب مفردات العينة شرط أن تكون لكل أنشودة حق الظهور مرة واحدة في العينة.

مثال3 :

المعالجة الصحفية لظاهرة انتحار الأطفال في المجتمع الجزائري.

دراسة تحليلية لعينة من أعداد جريدة النهار الجديد.

بعد أن يختار الباحث الفترة الزمنية لدراسته التي تكون مثلا من 1جويلية 2017 إلى 31 ديسمبر 2017 يقوم بترقيم جميع الأعداد التي أصدرتها الجريدة خلال هذه الفترة في قصصات وتجدر الإشارة إلى أن جميع أعداد جريدة النّهار التي أصدرتها خلال هذه الفترة هي المجتمع البحثي ، ثم يتم سحب الأعداد التي سيتم تحليلها بشكل عشوائي بطريقة تتيح فرصا متساوية أمام مفردات المجتمع البحثي في الظهور (أي تكون لجميع أعداد الجريد المحددة في الفترة الزمنية فرصا متساوية في الظهور). مع تحديد نسبة مئوية تساوي أو تتجاوز (10%) ويتوقف ذلك على قدرات وإمكانات الباحث.

2- **العينة العشوائية المنتظمة :** هي العينة التي يتم اختيار مفرداتها بصفة منتظمة بعد اختيار المفردة الأولى عشوائيا ويقصد بالمنتظمة اختيار مفردات العينة على مسافات متساوية على مستوى المجتمع البحثي دون ترك فجوات غير مغطاة، ويستخدم هذا النوع من العينة في دراسة المجتمعات المتجانسة ، ويشترط أن تكون للباحث جميع قوائم مفردات مجتمع الدراسة لأجل استخراج المدى. ويحسب المدى بقسمة عدد مفردات مجتمع الدراسة على عدد مفردات العينة.

مثال1:

القيم المتضمنة في المسلسلات الكرتونية للأطفال

دراسة تحليلية على المسلسل الكرتوني"درايمون"

يتبين من هذا الموضوع أن المجتمع البحثي لهذه الدّراسة هو المحدد في العنوان الفرعي أي جميع حلقات المسلسل الكرتوني "درايمون" المقدرة فرضا بـ (100) حلقة وأراد الباحث أن يختار عينة قدرها 10% فإن العينة الأنسب لمثل هذه الدراسة هي العينة العشوائية المنتظمة التي تضمن اختيار مفردات البحث على مستوى كامل المجتمع البحثي ويكون اختيارها بإتباع المراحل الآتية:

– حصر عدد مفردات المجتمع البحثي الذي يقدر عددها 100 حلقة (مفردة)

– حصر وتحديد حجم العينة عن طريق العملية الحسابية الآتية:

$$\frac{100\times 10}{100} = 10$$

– حساب مجال العينة (المدى) التي تستخرج من خلال المعادلة الرياضية الآتية :

$$\text{مجال العينة} = \frac{\text{حجم المجتمع البحثي}}{\text{عدد مفردات العينة}} = \frac{100}{10} = 10$$

– إذن 10 هي العدد الفاصل بين كل مفردة وأخرى داخل مجتمع الدراسة.

– اختيار أي رقم يقع بين أو في مجال العينة عشوائيا (أي من الحلقة 1 إلى الحلقة العاشرة يتم اختيار مفردة واحدة عشوائيا، فرضا وقع الاختيار العشوائي على المفردة 5

فإن المفردات الباقية سوف يتم اختيارها بانتظام من خلال إضافة مجال العينة إلى رقم المفردة الأولى وبهذا يكون رقم المفردة الثانية 15 وهكذا وبالتالي تكون مفردات العينة كالآتي: 5، 15، 25، 35، 45، 55،65، 75، 85، 95. (10 هو حجم مفردات العينة).

مثال2:

أثر التعليم بالحاسوب على التحصيل الدراسي لدى تلاميذ الثانوي.

دراسة ميدانية على عينة من طلبة ثانوية " كعولة تونس بولاية جيجل أنموذجا"

إذا أراد الباحث اختيار عينة قدرها 10% من المجتمع البحثي المتمثل في جميع التلاميذ المسجلين في ثانوية كعولة تونس بتطبيق العينة العشوائية المنتظمة فإنّه يتعين عليه إتباع الخطوات الآتية:

- تحديد حجم هذا المجتمع البحثي والمقدر عددهم مثلا بـ 1000 تلميذ.
- ترقيم الطلبة في قوائم من 1 إلى 1000 بشكل متسلسل.
- حصر وتحديد حجم العينة عن طريق العملية الحسابية الآتية:

$$\frac{1000 \times 10}{100} = 100$$

- حساب مجال العينة التي تستخرج من خلال المعادلة الرياضية الآتية:

$$\text{مجال العينة} = \frac{\text{حجم المجتمع البحثي}}{\text{عدد مفردات العينة}} = \frac{1000}{100} = 10$$

- إذن 10 هي العدد الفاصل بين كل مفردة وأخرى.

- اختيار أي رقم يقع بين أو في مجال العينة عشوائيا (أي من المفردة 1 إلى المفردة 10 يتم اختيار مفردة واحدة عشوائيا، فرضا وقع الاختيار العشوائي على المفردة 8 فإن المفردات الباقية سوف يتم اختيارها بانتظام وهي المفردات التالية:

18 ، 28 ، 38 ، 48 ، 58 ، 68 ، 78 ، 88 ، 98 ، 108 ، 118 ، 128 ، 138 ، 148 ، 158 ، 168 ، 178 ، 188 ، 198 ، 208 ، 218 ، 228 ، 238 ، 248 ،268 ، 258 ، 278 ، 288 ، 298 ، 308 ، 318 ، 328 ، 338 ، 348 ، 358 ، 368 ، 378 ، 388 ، 398 ، 408 ، 416 ، 428 ، 438 ، 458 ، 448 ، 468 ، 478 ، 488 ، 498 ، 508 ، 518 ، 528 ، 538 ، 548 ، 558 ، 568 ، 578 ، 588 ، 598 ،608 ، 618 ، 668 ، 658 ، 648 ، 638 ،628 ، 678 ، 688 ، 708 ، 698 ، 718 ، 738 ، 728 ، 758 ، 748 ، 768 ، 768 ، 778 ، 788 ، 798 ، 818 ، 808 ، 828 ، 838 ، 848 ، 858 ، 868 ،878 ، 898 ، 888 ، 908 ، 918 ، 928 ، 938 ، 948 ، 958 ، 968 ، 996 ، 988 ، 978 . (100 حجم العينة)

3- العينة العشوائية الطبقية:

المبدأ الأساسي الذي تقوم عليه هذه العينة هو تقسيم المجتمع الأصلي إلى طبقات أو فئات متجانسة من حيث طبيعة البيانات المستهدفة من الدراسة ويشترط في هذا النوع من العينة أن تكون مفردات المجتمع البحثي معروفة حتى يتسنى للباحث ضبطها في قوائم محددة وتقسيمها إلى فئات ثم سحبها بأسلوب عشوائي ، ويشترط عند سحب مفردات عينة الدراسة ، أن نقوم بسحب النسبة نفسها من كل طبقة ليكون هناك تمثيل صحيح لمفردات العينة داخل المجتمع الأصلي.

مثال1:

اتّجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الإخبارية الأجنبية

دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر علوم الإعلام والاتصال جامعة جيجل

إذا أردنا معرفة اتّجاهات طلبة الماستر علوم الإعلام والاتصال الذين يدرسون بجامعة جيجل نحو الفضائيات الإخبارية الأجنبية فإنه يتوجب علينا أخذ بعين الاعتبار جميع أراء الطلبة الماستر مع مراعاة التخصصات ، وبالتالي فإن الباحث سيقوم بتقسيم المجتمع البحثي إلى طبقات وفقا للتخصصات الموجودة.

- إذا كان حجم الطلبة حسب التخصصات على النحو الآتي:

- تخصص الصحافة المكتوبة مثلا 500 طالب ، تخصص تسويق واتصال400 طالب ، تخصص اتصال وعلاقات عامة 300 طالب

- نأخذ من كل تخصص نسبة 10 % (ملاحظة: يمكن أخد نسبة أكبر) ويكون اختيار المفردات بشكل عشوائي ، وبالتالي نأخذ من تخصص الصحافة المكتوبة50 مفردة ، ومن تخصص التسويق40 مفردة ، ومن تخصص اتصال وعلاقات عامة30 مفردة ، ويقدر حجم العينة الكلي بـ120 مفردة

4- **العينة العشوائية متعددة المراحل (العنقودية)** : وهي التي يتم اختيار مفرداتها على أكثر من مرحلة وتستخدم في بحوث الجمهور وخاصة المجتمعات البحثية التي يجد الباحث صعوبة كبيرة في ضبط عدد مفرداتها، لأن حجم المجتمع يكون كبير ومشتت في عدة مناطق ولهذه يجد الباحث صعوبة في الحصول على عدد مفردات مجتمع الدراسة.

مثال1 :

نفترض أننا نجري بحثا على طلبة الجامعة الجزائرية بعنوان : استخدامات الشباب الجامعي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الجزائرية.

في هذه الحالة يتم اختيار العينة وفقا للمراحل الآتية:

المرحلة الأولى : يتم اختيار عينة من الجامعات الجزائرية بأسلوب قصدي أو عشوائي مثلا نختار بأسلوب قصدي الجامعات الآتية : جامعة عنابة، وجامعة الجزائر3، وجامعة وهران ، وجامعة ورقلة.

المرحلة الثانية : يتم اختيار كلية أو كليتان أو ثلاث كليات من كل جامعة بأسلوب قصدي أو عشوائي من داخل الجامعات التي تم تحديدها مثلا: تم اختيار كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية من جامعة عنابة وكلية الإعلام والاتصال من جامعة الجزائر3. كلية الآداب واللغات من جامعة وهران. وكلية العلوم من جامعة ورقلة.

المرحلة الثالثة : بعد اختيار الكليات يتم اختيار قسم أو قسمان أو ثلاثة أقسام من كل كلية ، بالأسلوب القصدي أو العشوائي.

المرحلة الرابعة : بعد اختيار الأقسام يتم اختيار من كل قسم تخصص أو تخصصان.

المرحلة الخامسة : بعد اختيار التخصصات نختار من كل تخصص مستوى دراسي معين مثلا : نختار طلبة السنة الثانية ماستر.

المرحلة السادسة : إذا كانت الأفواج كثيرة على مستوى السنة الثانية ماستر نختار فوج أو فوجين أو أكثر..... ونحدد حجم العينة حسب عدد مفردات الأفواج.

العينات غير الاحتمالية:

كثيرا ما يلجأ الباحث إلى هذا النّوع من العينات في حالات متعددة ، تتضح هذه الحالات من خلال أهداف الدراسة وطبيعة المجتمعات المدروسة ، لأن فيه بعض المشكلات العلمية يستحيل معها تطبيق العينات العشوائية ، ويجب اللجوء إلى العينات غير العشوائية ، وهذه الأخيرة تطبيقها يتوقف على عدة شروط لأن لكل صنف منها يحتاج لشروط ومعايير يجب أن تتوفر في مجتمع الدراسة ومن بين هذه العينات غير عشوائية نذكر ما يلي:

1- **العينة القصدية (العمدية) :** يقوم هذا النوع من العينات على القصد والتعمد في اختيار وانتقاء مفردات العينة بطريقة محكمة ، لا مجال فيها للصدفة بحيث يقوم الباحث بانتقاء مفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يهدف إليه في دراسته فيجب على الباحث ضبط مجتمع الدراسة بشكل دقيق وبعدها يركز الباحث فقط على المفردات التي تخدمه في دراسته دون غيرها.

مثال1:

إذا أراد الباحث دراسة الموضوع الآتي :

معالجة الصحافة المكتوبة لظاهرة الاختطاف في المجتمع الجزائري.

(دراسة تحليلية لعينة من جريدة الشروق اليومي).

يتضح لنا من خلال هذا المثال بأن مجتمع الدراسة تحدده الفترة الزمنية التي حددها الباحث. فمثلا : مجتمع الدراسة يتمثل في كل أعداد جريدة الشروق الصادرة خلال

شهر جانفي من عام 2018، والمقدر عددها بـ (30) عددا وبعد تصفح هذه الجرائد وجدنا بأن الجرائد التي تناولت جريمة الاختطاف عددها 16 جريدة فقط وهنا يقتصر التحليل على الجرائد التي حددها الباحث بطريقة قصدية لأن هذه الأعداد تحقق له أهداف الدراسة.

مثال 2:

عادات وأنماط تصفح الشباب الجامعي لموقع التويتر.

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة جيجل.

- انطلاقا من هذا الموضوع يتضح لنا من الوهلة بأن مجتمع الدراسة هم الطلبة الجامعيون الذين يدرسون بجامعة جيجل خلال الموسم الدراسي (2017-2018) مثلا: من (01 جانفي 2018- إلى غاية 30 جوان 2018). وبعد التمعن في خصائص مجتمع الدراسة توصل الباحث إلى أن هناك مفردات داخل مجتمع الدراسة لا يمكن أن تخدم أهداف دراسته ، ولهذا يركز فقط على عينة تختار بشكل قصدي بشرط تكون هذه المفردات تستخدم موقع التويتر.

02- العينة العارضة أو الصّدفية أو العابرة:

هي العينة التي يتم انتقاء مفرداتها صدفة بمعني يجري الباحث دراسته على الأشخاص الذين يصادفهم في طريقه أو مكان عمله أو في أي مكان آخر، وكثيرا ما يعاب على مثل هذه الدّراسات التي تعتمد على هذا النوع من العينات كونها لا تعكس واقع المجتمع الأصلي للبحث ، كما أن الباحث ليس له حجم معين للعينة التي يعمل عليها فقد تجد لديه حجما كبيرا من مفردات الدراسة وقد تقل مفردات البحث لديه.

مثال1 :

دور الإذاعة المحلية في توعية الشباب المدخن.

دراسة ميدانية على عينة من الشباب المدخن بمدينة جيجل.

يمثل الشباب المدخن بمدينة جيجل مجتمع الدراسة ، وهذا النوع من المجتمعات يجد الباحث معه صعوبة كبيرة لضبط حجمه الكلي، ولهذا يلجأ الباحث إلى اختيار مفردات عينته عن طريقة الصدفة ، لغاية الوصول إلى عدد معتبر من الشباب المدخن بمدينة جيجل ، وهذا العدد يشكل حجم العينة التي ستجرى عليه الدراسة. (تقدير حجم العينة يتوقف على إمكانات الباحث المادية).

مثال2 :

دور الحملات التحسيسية الإذاعية في التوعية المرورية لفئة النساء السائقات.

دراسة ميدانية على عينة من النساء السائقات بمدينة جيجل.

- يتمثل مجتمع البحث في كل النساء السائقات بمدينة جيجل واللواتي يستمعن للإذاعة، وهذا النوع من المجتمعات يصعب ضبط مفرداته من طرف الباحث،

ولهذا يلجأ الباحث إلى العينة الصدفية أو العارضة لأجل تحديد مفردات عينته التي ينجز عليها بحثه ، فيتم اللقاء مع مفردات بحثه في أي مكان داخل مدينة جيجل. (تقدير حجم العينة يتوقف على إمكانات الباحث المادية).

3- عينة الكرة الثلجية أو المتكاثرة أو المتضاعفة:

تقوم هذه العينة على اختيار فرد معين ذو خصائص محددة تتماشى وأهداف الدراسة ليتمكن الباحث من خلاله الوصول إلى المفردة الثانية ثم تتولى كل منها الاتصال بعدد آخر من نفس الخصائص إلى أن ينتهي الباحث إلى العدد المستهدف للعينة التي تجتمع لها خصائص معينة.

مثال1 :

أثر مشاهدة المواقع الإباحية على سلوكيات وقيم الشباب الجزائري.

دراسة ميدانية على عينة من الشباب المتصفح للمواقع الإباحية.

المجتمع البحثي لهذا النوع من الدراسة هو فئة الشباب الذين يتعرضون لمثل هذه المواقع ونظرا لصعوبة الوصول لمثل هذا مجتمع البحثي، عينة البحث ستكون عينة من الشباب الذين يتعرضون لهذه المواقع وبالتالي فإنّ الباحث سيقوم باختيار فرد أو أكثر يتعرضون لهذه المواقع، بناءً على ما يقدمه هؤلاء الأفراد من معلومات لها علاقة بموضوع الدّراسة ، يمكن الاعتماد عليهم لأجل البحث عن مفردات أخرى تحقق لنا أهداف الدراسة ونستمر في عملية البحث عن مفردات الدراسة لغاية الوصول إلى عدد معتبر وكاف. (تقدير حجم العينة يتوقف على إمكانات الباحث المادية).

مثال2:

دور المؤسسات الشبابية في توعية المدمنين بآفة المخدرات.

دراسة ميدانية على عينة من الشباب المدمن على المخدرات بولاية جيجل.

المجتمع البحثي لهذا النوع من الدراسة هو فئة الشباب المدمن على المخدرات ونظرا لصعوبة الوصول لمفردات مجتمع البحث ، نلجأ إلى الاعتماد على عينة محددة لأجل إجراء الدراسة ، وبالتالي فإنّ الباحث سيقوم باختيار فرد أو أكثرمن الذين يتناولون المخدرات بولاية جيجل ، بناءً على ما يقدمه هؤلاء الأفراد من معلومات لها علاقة بموضوع الدّراسة ، يمكن الاعتماد عليهم لأجل البحث عن مفردات أخرى تحقق لنا أهداف الدراسة ونستمر في عملية البحث عن مفردات الدراسة لغاية الوصول إلى عدد معتبر وكاف. (تقدير حجم العينة يتوقف على إمكانات الباحث المادية).

4-العينة الحصصية :

هي نوع من أنواع العينات الذي تعتمد كذلك على تقسيم المجتمع الأصلي للبحث إلى شرائح وفئات وطبقات ، تكون أكثر تحديدا ودقة في تناسب حجم العينة مع الحجم الأصلي لكل شريحة داخل المجتمع ، ونسبتها إلى المجموع الكلي لمجتمع البحث. وتستخدم في حالة عدم معرفة الباحث لعناصر مجتمع الدراسة ولكنه يعلم بعض الخصائص العامة عنهم.

ويلجأ الباحث إلى هذه العينة في دراسة المجتمعات الواسعة التي لا يمكن للباحث من حصر مفرداتها في شكل قوائم لاستحالة هذا الحصر أو لضخامة تكاليف إنجازه من حيث الوقت والإمكانيات المادية، لكن في الوقت نفسه لدى الباحث بعض المعطيات الأساسية حول هذا المجتمع ، وتختلف هذه العينة عن العينة الطبقية في كونها أي

العينة الطبقية لا يترك للباحث حرية اختيار المفردات بل يتم عشوائيا أما في العينة الحصصية فإن الباحث تترك له حرية اختيار الأشخاص حتى يحصل على حصة من كل طبقة أو فئة.

مثال1 :

اتجاهات العاملين والعاملات في قطاع مؤسسة جيزي نحو الخدمات التي تقدمها المؤسسة لزبائنها. دراسة ميدانية بمؤسسة جيزي بعدة مناطق بالشرق الجزائري.

- يتشكل مجتمع الدراسة من كل العاملين والعاملات بمؤسسة جيزي بمنطقة الشرق الجزائري ، حيث يجب على الباحث تحديد عدد العاملات وعدد العاملين بمؤسسة جيزي بالشرق الجزائري ، فمثلا لدينا عدد العاملات يتكون من (800 عاملة)، وعدد العاملين يقدر بـ (600) عامل، وبعد تحديد عدد مفردات كل طبقة ، يقوم الباحث بأخذ حصتين متساويتين بشكل قصدي تتكون كل حصة مثلا من (100) عاملة، و(100) عامل ، ويجرى عليها دراسته ، وهذا العدد يتم تحديده على حسب قدرات وإمكانات الباحث المادية والهدف من الاعتماد على هذا النوع من العينات يكون لأجل إجراء المقارنة.

التطبيق (01):

إليك العينات الآتية:

- العينة العشوائية البسيطة.
- العينة العشوائية الطبقية.
- العينة العشوائية متعددة المراحل.
- العينة القصدية.
- أسلوب المسح الشامل.

المطلوب:

1- حدد خمسة مواضيع مختلفة في علوم الاتصال والإعلام يمكن أن نطبق عليها العينات السابقة.

2- أشرح كيفية استخراج العينات من مجتمعات الدراسة لكل موضوع.

التطبيق (02):

إليك المجتمعات الآتية:

- مجتمع المساجين.
- مجتمع الشباب الجامعي.
- مجتمع ربات البيوت.
- مجتمع موظفي الخطوط الجوية القطرية.

- مجتمع الأساتذة الجامعيين.

- مجتمع الإعلاميين في القنوات الإخبارية.

المطلوب/

1- حدد خمسة مواضيع علمية في علوم الاتصال والإعلام لها علاقة بالمجتمعات الموضحة أعلاه.

2- حدد نوع العينة وطريقة استخراجها من المجتمعات التي حددتها في كل موضوع.

المراجع

1. أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية ، دط ،2003)
2. محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، (القاهرة: عالم الكتب ، ط 2، 2004)
3. محمد الفاتح حمدي : منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال ، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1 ، 2017)
4. أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه ، (دب: المكتبة الأكاديمية، دط،1992)
5. ربحي مصطفى عليان ، عثمان غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع ، ط1، 2000)
6. عامر مصباح : منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجزائرية، دط، 2008)
7. سمير محمد حسين : دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الاعلام، (القاهرة: عالم الكتب، دط ، 2006).

الفصل الثالث
أدوات جمع البيانات

تمهيد

يتوقف نجاح كل بحث علمي ودقته ، على الاختيار السليم للأدوات المناسبة التي تتماشى وطبيعة البحث المدروس ، على اعتبارها الوسائل التي يستخدمها الباحث لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة من الواقع الاجتماعي التي تنصب فيه الدراسة ، كما أنها مجموعة من الإجراءات وأدوات التقصي المستعملة منهجيا التي تخدم أغراض البحث وأهدافه ، أين يتم تحديدها وفقا لمجتمع البحث والعينة المأخوذة منه ومن أهم هذه الأدوات نذكر: الملاحظة ، المقابلة ، الاستبيان.

أولا : الملاحظة

1-1 تعريف الملاحظة : l'observation : وهي عملية تدل على فحص السلوك مباشرة عن طريق باحث أو مجموعة من الباحثين بمشاهدة مقصودة دقيقة ومنظّمة وموجّهة وهادفة وعميقة وتسجيلها ما يدل ذلك على أنها الملاحظة العلمية المحددة لنوعية السلوك المراد ملاحظته تمهيدا لدراسته.

وبالتالي تعتبر الملاحظة أحد الأساليب الأولية لجمع البيانات عن السلوك الإنساني بصفة عامة والاتصالي بصفة خاصة ، وتقدم البعد الكيفي في وصف السلوك ، إذ تهتم بالإجابة على السؤال كيف ؟ وتقدم تفسيرا للظاهرات في بعدها الكيفي.

وتكمن أهمية الملاحظة في اعتبارها أداة لجمع المعلومات في البحوث الكشفية ، أو الوصفية، أو التجريبية ، كما أنها تساهم في فهم مختلف الظواهر المتعلقة بموضوع الدراسة، إذ تمكن من الحصول على بيانات تتصل بسلوك المبحوثين خاصة في

بعض الحالات التي لا يصرح بها، وبذلك تعتبر دليل مادي ملموس ، يعطي للباحث الفرصة للتأكد من الأشياء بنفسه ، من خلال تسجيل الفعل في زمن حدوثه.

1-2- شروط الملاحظة العلمية

أ) موضوعية الملاحظة ، أي البعد عن الذَّاتية ، وحتَّى يتحقَّق ذلك ينبغي أن يبتعد الباحث عن أهوائه وميوله وأفكاره لكي يلاحِظ الظَّواهر كما تبدو.

ب) كُلِّيَّة الملاحظة ، أي عدم إهمال أيّ عنصر من عناصر الموقف المُلاحَظ، وما الهدف من الملاحظة.

ج) استخدام الأدوات العلمية في الملاحظة بعد التأكّد من سلامتها وكفاءته ، كيفية تسجيل ما يلاحظه.

د) تمسُّك الملاحِظ بالرُّوح العلميّة والصِّفات العقليَّة والخُلُقُيَّة من حيث التَّحلِّي بروح النَّقد والتدقيق والشَّجاعة مع الإيمان بالمبادئ العلمية.



1-3 أنواع الملاحظة :

* **الملاحظة البسيطة** : هي الملاحظة التي يستخدم فيها الباحث بصره وإدراكه وخبراته وتجربته دون الاستجواب المباشر وطرح الأسئلة على الأفراد الواقعين تحت الملاحظة كملاحظة العلاقة بين الرئيس والمرؤوس داخل الإدارات العمومية.

أي ملاحظة الظواهر كما تحدث في ظروفها الطبيعية دون إخضاعها للضبط العلمي، ودون استعمال أدوات دقيقة للقياس والتحليل ، من أجل التعرف على الظواهر الطبيعية بصورة تلقائية وغالبا ما تستعمل في الدراسات الوصفية الاستطلاعية.

* **الملاحظة المنظمة** : يعتمد الباحث في تطبيقها على الضبط العلمي والفحص الدقيق والموضوعي للظاهرة المدروسة من خلال أدوات معينة كأدلة الملاحظة المعدة خصيصا لرصد سلوكيات معينة ، ولها أسس فنية في تطبيقها أهمها الاعتماد على تكرارات المشاهدة ، والتسجيل في مواقف متعددة لإمكانية الحكم على السلوك من حيث كونه صفة سائدة أم سلوك عابر.

هناك أسلوبين للملاحظة : الأول : الملاحظة بالمشاركة أو المعايشة : حيث يصبح الباحث عضوا أو يندمج في الجماعة التي يلاحظها ويشاركهم بانتظام الأنشطة التي تتم ملاحظتها ، **والثاني : الملاحظة بدون مشاركة :** في هذه الحالة الباحث لا يشارك الجماعة في الأنشطة وإنما يترقب السلوك من بعيد.

4-1 خطوات إجراء الملاحظة: وتتلخص في ثلاث خطوات أساسية وهي:

❖ **الإعداد المسبق للملاحظة:**

- ➢ تحديد الهدف ، حيث من الضروري أن يحدّد الباحث الهدف الذي يسعى للوصول إليه باستخدامه طريقة الملاحظة.
- ➢ تحديد الظاهرة أو الأشخاص الذين سيخضعون للملاحظة ، وعددهم ، (شخص واحد ، اثنان أو أكثر). ومن هنا، لا بدّ من الإشارة إلى ضرورة الاختيار الجيّد والملائم للعناصر والأفراد المعنيّين بالملاحظة.
- ➢ تحديد الفترة الزمنية التي تخصّص للملاحظة ، كما ينبغي تحديد الوقت الذي تجري فيه الملاحظة لأنّ أنماط السلوك قد تتغيّر من وقت لآخر.
- ➢ ترتيب الظروف المكانية والبيئية المطلوبة لإجراء الملاحظة.
- ➢ تحديد المجالات والنشاطات المعنية بالملاحظة.

❖ **تحديد وحدات الملاحظة:**

الباحث لا يستطيع ملاحظة كلّ ما يجري في الميدان، لذلك عليه أن يركّز على أمور محدّدة يضعها على قائمة معدّة مسبقاً تتضمّن وحدات الملاحظة للمتغيّر المقاس وتحديد السلوك بدقّة بحيث يسجّل الباحث بموضوعية ووضوح ما يجري في كلّ وحدة، **مثل:** حاول باحث أن يلاحظ ما يجري في الاجتماعات أثناء انعقاد اللجان العلمية ، فوضع القائمة الآتية لملاحظة تصرّفات المشاركين في الاجتماع:

أ- المشاعر والانفعالات الشخصية : هل يبدي الغضب أو العدوانية ؟ أم يبدي القلق أو عدم الشعور بالأمان؟ أم يبدي الانتباه أو الاستعداد ؟ هل يبدي روح التعاون أم يتصرّف بسلبية؟...

ب- المبادرة وتقديم الاقتراحات : هل يعبّر عن رأيه ويشخّص الموقف ، أو يطرح تفسيرات معيَّنة ؟ هل يطالب الآخرين بإبداء الرأي ؟ وهل يوافق على مقترحات الآخرين أو يستحسن كلامهم ؟ هل يبادر بخطوات نحو حلّ المشكلة ويتابع ذلك الحلّ؟

ج- المجادلة والنزاع مع الآخرين: هل يجادل الآخرين؟ وهل يُشعر الآخرين بالفشل؟ هل هو حادّ في كلامه وعنيف في طريقة الجدال مع الآخرين؟...

د- ممارسة القيادة : هل يقدّم المعلومات حول كيفية تنفيذ المهمّة ؟ هل يحدّد دور الأفراد ويشرح لهم المهام بدقّة ؟ هل يمدح الآخرين ، ويستحسن تصرّفاتهم ويمنحهم الإثابة ؟ ...

❖ **تسجيل الملاحظات:** بعد أن يحدّد الباحث قوائم الملاحظة، عليه أن يقوم بتسجيل الملاحظات مع الأخذ في الاعتبار الأمور الآتية:

- ➢ المدّة التي يستغرقها السلوك : يحدّد الباحث المدّة التي يستغرقها المبحوث في ذلك السلوك.
- ➢ تكرار السلوك : يستعمل هذا النوع من التسجيل عندما يستغرق السلوك الملاحظ فترة قصيرة فقط.

- تحديد الفترات الزمنية لتسجيل السلوك : لو فرضنا أنّنا نحاول أن نصف ما يجري في اجتماع من تفاعلات ، نسجّل ما يجري كلّ خمس دقائق من أحداث، كأن يسأل رئيس اللجان أو يجيب المدير.
- الملاحظة المستمرّة : يقوم الباحث بمراقبة سلوك الشخص مراقبة مستمرّة إلى أن ينتهي ذلك السلوك ويجري تسجيل الأحداث المهمّة التي تستحقّ الملاحظة والتسجيل.
- العيّنات الزمنية : يقرّر الباحث فترات زمنية معيّنة عشوائياً ، ثم يلاحظ مجريات الأمور خلال تلك الفترات مثال: الفترة الصباحية 09:00 ، ثم 13:00 ظهرا، ثم15:00 مساء.

1.الإعداد المسبق للملاحظة
2.تحديد وحدات الملاحظة
3.تسجيل الملاحظات

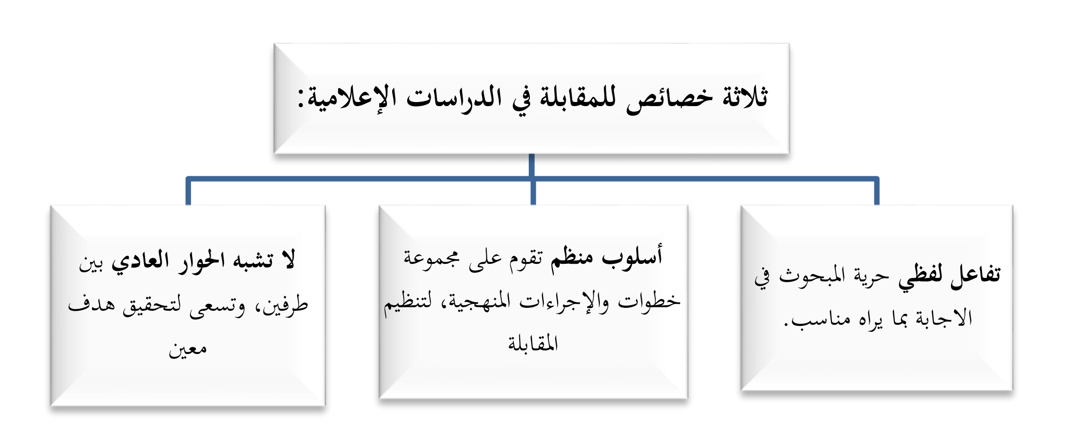
1-5 جدول الملاحظات : ويستخدم لتدوين السلوكيات سواء في الملاحظة بالمشاركة أو دون مشاركة.

الموقف رقم	السلوكيات المتوقعة	التكرار	المكان	الزمن (د) أو (سا)	السلوكيات غير المتوقعة
1					
2					
3					
4					

ثانيا: المقابلة.

2-1 تعريف المقابلة : interview : هي وسيلة شفوية عادة تكون مباشرة ، أو هاتفية ، لجمع البيانات يتم خلالها سؤال فرد أو خبير عن معلومات لا تتوفر عادة في الكتب، أو المصادر الأخرى.

وبالتالي فالمقابلة هي تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوث أو المبحوثين لتحقيق هدف معين.



2-2 أنواع المقابلة : هناك العديد من التصنيفات يضعها الخبراء تبعا لطبيعة البحث وأهداف الدراسة التي تؤثر في طبيعة البيانات المستهدفة والعينة المختارة وحسب محمد عبد الحميد التصنيفات التي تتفق مع طبيعة الدراسات الخاصة بجمهور المتلقين، هو التصنيف على أساس الأسلوب المستخدم في المقابلة الذي يتم اختياره حسب وظيفة المقابلة ، ولا يختلف باختلاف عدد المبحوثين ، أو عدد مرات المقابلة، ونجد:

أ) **المقابلة المقننة : structured interview** : وفيها يتم سؤال المشارك سلسلة من الأسئلة المعدة سلفا والتي سبق وحددت أنماط إجابتها وهذا ما نقصده بالتقنين، وقد تستخدم فيها الأسئلة المفتوحة ، حيث يتلقى جميع المبحوثين الأسئلة نفسها وبنفس الترتيب والطريقة ، وطبيعة هذا النوع من المقابلات يركز على الأجوبة العقلانية وليس على الأجوبة العاطفية .(ماجد محمد الخياط ص264)،

وهذا النوع من المقابلات يمكن الاعتماد عليها كأداة أساسية في البحث من خلال تفريغ المعلومات التي يدلي بها المبحوث في جداول وتحليلها واستخلاص النتائج منها.

- مثال تطبيقي عن المقابلة المقننة:

جامعة جيجل

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة مقابلة بعنوان:

الشباب والخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي

- دراسة ميدانية على شباب مدينة جيجل-

بين أيديكم استمارة مقابلة عن الشباب والخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي

- دراسة ميدانية على شباب مدينة جيجل-

نرجو منكم الإجابة عن الأسئلة بصدق وموضوعية ، ونتعهد بالمحافظة بسرية المعلومات وعدم استخدامها إلا في مجال البحث العلمي.

الباحث الطالب:

إشراف الأستاذ/ د ....

السنة الجامعية 2016/ 2017

المحور الأول: البيانات الشخصية.

س1- ما هو جنسك؟ أنثى ☐ ذكر ☐

س2- مما هو سنك؟ 15-17 ☐ 18-20 ☐ 21 -24 ☐

س3- ما هو مستواك الدراسي؟

ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

المحور الثاني: أنماط وعادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

س4- ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تتصفحها:

فايسبوك ☐ يوتوب ☐ انستغرام ☐

سنابشات ☐ أخرى تذكر ☐

س5- تدخل لحسابك من خلال:

الهاتف النقال ☐ الكمبيوتر ☐ لوح إلكتروني ☐

س6- تدخل لحسابك من:

انترنت المنزل ☐ المدرسة ☐ دار الشباب ☐

مقهى الانترنت ☐ 4G3G, ☐

س7- ما هي الفترات التي تفضلها عند تصفحمواقع التواصل الاجتماعي:

صباحا ☐ مساءً ☐ ليلا ☐

س8- ما هي المدة التي تقضيها في مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من ثلاث ساعات ☐ بين 3 و6 ساعات ☐ أكثر من 6 ساعات ☐

المحور الثالث: التزام الشباب بالخصوصية أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

س9- هل حسابك يحمل اسمك الحقيقي أم مستعار؟ ....

س10- هل حسابك يحمل صورتك الشخصية؟

نعم ☐ لا ☐

س11- هل قرأت شروط استخدام الموقع قبل فتح حساب فيه؟

نعم ☐ لا ☐

س12- إذا كانت إجابتك بلا، فما هو السبب؟

النص طويل ☐ النص معقد ☐ النص بلغة لم أفهمها ☐

س 13- هل تفقدت إعدادات الخصوصية (Parametres) عند فتحك لحسابك؟

نعم ☐ لا ☐

س14- هل عدلت في الإعدادات وفق ما يناسبك؟

نعم ☐ لا ☐

س15- هل يمكن الوصول لحسابك من طرف:

الأصدقاء فقط ☐ العائلة فقط ☐ الأصدقاء والعائلة فقط ☐ عموم الناس ☐

س16- عند دخولك لموقع التواصل الاجتماعي هل تحدد موقعك؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم، هل تحدده:

نادرا ☐ أحيانا ☐ غالبا ☐

س 17- أثناء دردشتك مع أصدقاءك في مواقع التواصل الاجتماعي، هل تمسح الدردشة أم تحتفظ بها؟

أمسح ☐ أحتفظ بها ☐

س18- هل تستخدم الدردشة المشفرة؟

نعم ☐ لا ☐

س19- هل تشعر بالخوف من قدرة الآخرين على التجسس عليك؟

نعم ☐ لا ☐

س 20- هل تشعر بالقلق من كون مواقع التواصل الاجتماعي تبيع بياناتك لأطراف أخرى (شبكات، معاهد، جامعات ... إلخ)؟

نعم ☐ لا ☐

أ. المقابلة غير المقننة:

في هذا النوع من المقابلات لا تحدد الأسئلة مسبقا، بل يطرح الباحث سؤالا عاما حول مشكلة البحث ومن خلال إجابة المبحوث يتسلسل في طرح الأسئلة الأخرى. وعادة يكون لدى الباحث الأسئلة العامة حول موضوع البحث ، ويستخدم هذا النوع عندما يكون الباحث غير ملم بالمشكلة أو الظاهرة ، وليس لدية خلفية كاملة حولها، حيث تتميز بغزارة المعلومات التي يوفرها، حيث يمكن الاعتماد عليها في البحث كأداة ثانوية إلى جانب الاستبيان أو الملاحظة من خلال مجموعة من الأسئلة المفتوحة بحيث نستعين بها عند تحليل وتفسير جداول الاستبيان.

3-3 خطوات إجراء المقابلة : وتتحدد فيما يلي :

* إعداد خطة كاملة لعملية المقابلة، تشمل على كل من تساؤلات البحث وفرضياته وأهدافه ، وتقدير المدة الزمنية لإجراء المقابلة وكذلك تحديد المكان والأدوات المناسبة ، مع اختيار عينة المبحوثين.
* إجراء المقابلة البدء بكلمات تمهيدية كالترحيب للدخول في موضوع المقابلة وخلق علاقة جيدة مع المبحوث أو المبحوثين.
* الحديث على أهمية الموضوع وبيان أهدافه حتى يشعر المبحوث بقيمة البحث ويحفزه على التفاعل معه.
* البدء بطرح الأسئلة بطريقة جيدة وواضحة بحيث يبدأ بالأسئلة العامة السهلة ويتدرج إلى أن يصل للأسئلة الخاصة وهنا يتطلب على الباحث أن يكون مرنا وعلى درجة عالية من المهارة والذكاء.
* تسجيل إجابات المبحوثين وإبداء مزيد من الاهتمام حتى يزيد حماسه في الإجابة.
* بعد إكمال الأسئلة الخاصة بالمقابلة يشكر الباحث المبحوث على استجابته.

* تفريغ إجابات المبحوثين وتبويبها في جداول باعتماد طرق التفريغ كأن ترمز أسئلة المقابلة وتعطى قيم معينة لكل سؤال ثم تحسب قيم أسئلة كل متغير ، حتى يتم حسابها بأدوات التحليل الإحصائي.
* صياغة نتائج البحث والتحقق من صدق الفرضيات من عدمه وكتابة التقرير النهائي بشكل يستفاد منه.

2-4 نماذج تطبيقية عن المقابلة:

2-4-1 المقابلة غير المقننة:

جامعة محمد الصديق بن يحيى- تاسوست - جيجل.

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - قسم الإعلام والاتصال

تاريخ إجراء المقابلة :2017/04/18.

حوار مع السيد : رئيس قسم تسيير أنظمة الإعلام الآلي

مكان المقابلة : مديرية سونلغاز بجيجل، بمكتب رئيس قسم تسيير أنظمة الإعلام الآلي.

مدة المقابلة: ساعة (60 د**).**

موضوع المقابلة :

أساليب وتقنيات الاتصال الإداري ودورها في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسات الاقتصادية.

الحوار من إعداد وتقديم الباحثة : سلمى- ل.

التخصص العلمي : الإعلام والاتصال.

السنة الجامعية : 2017/2016.

تمهيد المقابلة

يشرفنا أن نستقبل رئيس قسم تسيير أنظمة الإعلام الآلي عبد الوهاب – ب – لمعالجة موضوع جد حساس للغاية ، ألا وهو موضوع يرتبط بالظاهرة الاتصالية سواء ما تعلق منها بالأساليب أو الوسائل الاتصالية الحديثة داخل المؤسسات الاقتصادية، والدور الذي تلعبه في أداء الموظفين ، فما نلاحظه اليوم مع ظهور أساليب وتقنيات الاتصال الحديثة في الآونة الأخيرة ، جعل من المؤسسات الاقتصادية خاصة الجزائرية تستخدمها لضمان فعالية أدائها، وتسهيل عمل إدارتها التي انتقلت من وظيفة التسيير التقليدي الإداري إلى وظيفة التسيير الإداري الحديث إلاّ أن لكل مؤسسة خصوصية ومهارة في استخدامها لأدوات وأساليب الاتصال ، واليوم سنحاول مع السيد عبد الوهاب بردي أن نجيب على بعض الأسئلة المتعلقة بالاتصال داخل المؤسسة ، وأهم التقنيات المتعامل بها.

1. بداية لا بأس أن نتعرف على السيد عبد الوهاب –ب–؟
2. أثناء القيام بعملك داخل المؤسسة ، ما هو أسلوب الاتصال الأكثر استخداما ؟
3. في رأيك ما هي أهم الوظائف التي يحققها الاتصال بالنسبة لعملك وللمؤسسة ككل؟
4. في ظل التطور التكنولوجي أتاحت العديد من الوسائل التقنية في كل المجالات، ما هي أهم الوسائل الاتصالية المعتمدة في أداء عملك؟
5. تعد شبكة الانترنت من أهم الشبكات التي توفر العديد من المزايا والخدمات، متى تم ربط المؤسسة بشبكة الإنترنت والشبكة الداخلية ؟

6. هل المديرية مواكبة للتطور الحاصل في مجال التكنولوجيات الحديثة؟
7. هل هناك دورات تكوينية في مجال استخدام تقنيات الاتصال؟
8. ما هو تقييمك لأداء الموظفين عند استخدام وسائل الاتصال داخل المؤسسة ؟

ملاحظة: الإجابات تُدَوَّن تحت الأسئلة بطريقة دقيقة ، ويتم الاستعانة بها في تحليل البيانات الكمية والكيفية.

ثالثا: الاستبيان.

يعتبر الاستبيان أو الاستقصاء أو الاستفتاء **Questionnaire** أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة ، لتقديم حقائق وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة ، إذ يعتبر من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن طريق موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد. كما يعتبر الاستبيان أكثر ملائمة لدراسة جمهور المتلقين (الأفراد، أو أشخاص)، خاصة إذا كان جمهور المتلقين يتميز بضخامة العدد والتشتت بالشكل الذي يصعب استخدام أساليب أخرى مثل: المقابلة والملاحظة.

3-1 الاستبيان: هو وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث ، عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد ، ويسمى الشخص الذي يقوم بإملاء الاستمارة بالمستجيب.

2-3 أنواع الاستبيان من حيث صياغة أسئلة الاستمارة : تتخذ أسئلة الاستبيان أنماطا متعددة أهمها :

* **الأسئلة المفتوحة :** وهي الأسئلة التي يترك الباحث المجال للمبحوث حرية الإجابة بما يراه هو دون التقيد بخيارات من الباحث **مثل :**

- **ما هي أوجه القصور التي تراها في أداء مذيعي نشرات الأخبار ؟**

....

- **ما رأيك في مستقبل الدراما التركية؟**

- ....

* **الأسئلة المغلقة :** وهي الأسئلة المقرونة بإجابات محددة بحيث يختار المبحوث من تلك الإجابات (نعم/ لا)، أو مقياس ثلاثي (دائما، أحيانا، أبدا) ، (موافق، محايد، معارض)، أو مقياس خماسي (دائما، غالبا، أحيانا ، نادرا ، أبدا)، (موافق بشدة ، موافق ، محايد ، معارض ، معارض بشدة) **مثل:**

- هل تشاهد التلفزيون؟ (نعم/ لا).
- هل تشاهد الدراما التركية؟ (دائما/ أحيانا/ نادرا).
- هل توافق الاتجاه القائل بأن الصحافة الإلكترونية ستقضي على الصحف الورقية مستقبلا ؟ (موافق بشدة ، موافق ، محايد ، معارض ، معارض بشدة).

* **الأسئلة محدودة الإجابة:** وهي مجموعة من الاقتراحات أو الإجابات التي ترافق السؤال بحيث تترك حرية للمبحوث اختيار الإجابة من المقترحات **مثل:**

- ما هو الجهاز الذي تستخدمه في مشاهدتك للدراما التركية ؟ (التلفزيون/ الهاتف النقال/ جهاز الحاسوب).
- فيما تستخدم شبكة الإنترنت ؟ (لتتصفح موقع المؤسسة / للحصول على معلومات تتعلق بالعمل/ لأغراض شخصية / قراءة المجلات والدوريات).

* **الأسئلة المحددة المفتوحة** : وهي مجموعة من الاقتراحات أو الإجابات تضاف لها كلمة أخرى تذكر التي ترافق السؤال حتى تترك حرية الإجابة للمبحوث **مثل:**

- **ما هي القنوات التي تتابعين فيها الدراما التركية ؟ مجموعة** mbc**/** الجزائرية **2M** A3 **/ نسمة/ أخرى تذكر........)**

* **الأسئلة المغلقة المفتوحة** : وهي الأسئلة التي تضم النوعين السابقين مغلقة ومفتوحة معا **مثل** :

- هل تؤثر المسلسلات المدبلجة على قيم الشباب ؟ (نعم/ لا) في حالة الإجابة بـ لا لماذا؟

....

* **الأسئلة الترتيبية** : وهي الأسئلة التي يضع فيها الباحث مجموعة من الاقتراحات بهدف ترتيبها من طرف المبحوث ، سواء ترتيب تصاعديا ، أو تنازليا ، وهذا حسب الغرض من البحث **مثل:**

- ما هي وسائل الاتصال الأكثر استخداما في عملك؟ رتبها حسب أهميتها في عملك (الفاكس/ الهاتف/ الحاسوب المزود بشبكة الإنترنت / شبكة الإنترانت/ لوحة الإعلانات / التقارير الاجتماعات).

3-3 الشروط الواجب توفرها في أسئلة الاستمارة:

أ) يجب أن تكون الأسئلة مفهومة وبلغة وكلمات بسيطة، والأخذ بعين الاعتبار مستوى المبحوثين.

ب) استخدام كلمات ذات معنى دقيق، أي تجنب الكلمات التي لها العديد من المعاني.

ت) تفادي الأسئلة التي توحي بالإجابة بشكل عام مثل: ألا تعتقد بأن هاتف Samsung أحسن من Condor ؟ (نعم/ لا). والأصح أن يكون السؤال: ما هو الهاتف النقال الذي تفضله؟ (LG/Condor /Samsung).

ث) تجنب الأسئلة المزدوجة مثل : ما رأيك في نظام ل. م. د، وطلبة ل. م .د؟ في هذه الحالة لابد من تفكيك السؤال.

ج) البدء بالأسئلة العامة السهلة ثم التدرج للوصول إلى الأسئلة الخاصة.

ح) تجنب الأسئلة التقديرية لأن النتائج التي يتم التوصل إليها تكون تقديرية.

خ) تجنب الأسئلة العاطفية والكلمات التي تعبر عن العاطفة مثل: (لا تحب، لا تشعر، لا تحس).

3-4 خطوات تصميم الاستبيان:

وتوجد خمس خطوات أساسية لتصميم الاستبيان ويمكن إيجازها فيما يلي:

الخطوة الأولى : تحديد موضوع أو المجال المراد دراسته، وتحديد أبعاد وأهداف الدراسة بما يتناسب ومشكلة البحث وفرضياته، لأن تحديد الأبعاد هي التي تساعد في صياغة الأسئلة أو ما تسمى بالمؤشرات المناسبة لمحاور الاستمارة التي تمثل هذه الأخيرة تساؤلات أو فرضيات الدراسة.

الخطوة الثانية : صياغة الاستبيان في صورته الأولية، بمعنى وضع مجموعة من الأفكار في شكل أسئلة مرتبة في محاور (أي تكون لها علاقة مباشرة بالمحور) ، بحيث تكون قابلة للاستجابة من طرف المبحوثين.

الخطوة الثالثة : تطوير الاستبيان، ونقصد بذلك المراجعة الدقيقة لأسئلة الاستبيان من حيث المحتوى إذا كان مناسب ومعنى المحور ومن حيث اللغة من حيث المصطلحات الموظفة ، هل هي بسيطة ومفهومة ؟ كذلك من حيث الأخطاء اللغوية، وكذلك من حيث المنهجية ، هل هي مصاغة بطريقة صحيحة وفق القواعد المنهجية المتعارف عليها؟

الخطوة الرابعة : الاختبار المسبق، وتندرج فيها ثلاثة إجراءات : الأول متمثل في: تطبيق الاستبيان على عينة محدودة من مجتمع البحث ، الاختيار يكون على (10%) من حجم أفراد عينة الدراسة مثال: إذا كان حجم العينة (120) مفردة لكي نحدد حجم العينة التي تمثل مجتمع البحث نأخذ النسبة (10%) أي (12) مفردة، وهذا بهدف التعرف على المشكلات المحتملة عند تطبيق الاستبيان والتعرف على مدى وضوح الاستبيان لدى المبحوثين.

والثاني متمثل في: عرض الاستبيان على متخصص في التحليل الإحصائي بهدف التعرف على التعديلات التي يتعين الأخذ بها بما يتيح سهولة إدخال البيانات ، أما الإجراء الثالث والمتمثل في عرضه على مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجال التخصص(ثلاثة على الأقل ، وخمسة على الأكثر) على أن يرفق بمشكلة الدراسة وتساؤلاتها وأهدافه وهذا بغية الاستفادة من الملاحظات.

الخطوة الخامسة : التحقق من كفاءة الاستبيان من خلال الصدق والثبات ، ويتم التحقق من قدرة الاستبيان على قياس الموضوع الذي صمم من أجل قياسه ، وبعد إجراء الاختبار إحصائيا يتم الشروع في عملية تعديل إن كانت فيه نقائص ، ويتم قياس صدق الاستبيان من خلال ثلاث مراحل أساسية وذلك من أجل قياس ما هو مطلوب قياسه ، المرحلة الأولى مراجعة الأسئلة وصياغتها والإجابات البديلة أين يتم طرح مجموعة من الأسئلة لمراجعة مدى صلاحية الإجابة عن أسئلة الاستبيان مثل: هل يحتاج السؤال إلى زيادة في الإيضاح مدى أهمية السؤال وارتباطه بأهداف الدراسة ؟ هل لدى الأفراد المعلومات الضرورية لإجابة هذا السؤال ؟... المرحلة الثانية : هي عرض الاستبيان على عدد من أصحاب الاختصاص وذلك للكشف عن القصور الذي يحتويه ثم المرحلة الثالثة هي توزيع الاستبيان على عينة محدودة متشابهة للعينة الرئيسية. أما قياس الثبات فهو عملية التعرف على الدرجة الحقيقية للفرد على المقياس المستخدم ومن المنظور الإحصائي يعني إيجاد معامل الثبات بمعادلات رياضية وهناك عدة طرق لحسابه ومن بينها معادلة هولستي أين يقدم الباحث دليل التعريفات الإجرائية إلى مجموعة من الأساتذة المحكمين المختصين ومن الأفضل ألا يقل عددهم عن 03 أساتذة وينبغي أن تدون أسماؤهم ورتبهم العلمية في الهامش، وتستمر عملية الثبات من خلال المعادلة التالية:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{ن}\left(\text{متوسط الإتفاق بين المحكمين}\right)}{1+\left(\text{ن}-1\right)\left(\text{الإتفاقمتوسط بين المحكمين}\right)}$$

حيث أن (ن) = عدد المرمزين المحكمين

متوسط الاتفاق بين المحللين = يتم حسابه عن طريق جمع ما اتفق عليه المرمزون وتقسيمه إلى عدد العناصر المدونة في الاستبيان ثم جمع تلك النسب وتقسيمها على عدد الأزواج التي يشكلها المحكمون ، ثم يتم تطبيق المعادلة السابقة.

مثال: عرض الباحث استمارته على 03 باحثين لتحكيمها ، بعد استرجاعها قام بتطبيق معادلة هولستي ، فكان الإجراء كالتالي:

1) تسمية المحكمين وترميز كل باحث برمز الأستاذ الأول ترميزه أو الثاني بـ،...

2) طلب الباحث من المحكين ترميز كل سؤال برمز معين بعلامة المرفوض x (لا يوجد تطابق بين السؤال والفرض) z سؤال يحتاج إلى تعديل، وعلامة o أمام السؤال المقبول.

3) عد الباحث عدد الأسئلة التي يحتويها الاستبيان فوجد مجموعها 29.

4) في بداية العملية يستخرج نسبة متوسط الاتفاق بين المحكمين وذلك بحساب بين كل زوجين:

بين أ و ب وجد الاتفاق حول 21 سؤال أي $\frac{21}{29}$ = 0.72 ويكمل بنفس الطريقة مع بقية الأزواج.

ثم يقوم بجمع النتائج وتقسيمها على06 وهو عدد الأزواج. مثلا يحصل على 0.68

5) بعد ذلك يقوم الباحث بتطبيق معادلة الثبات السابقة الذكر:

معامل الثبات =$\frac{(0.68)4}{(0.68)(1-4)+1}$ = $\frac{2.74}{3.06}$ =0.89 وهو معامل مقبول.

ملاحظة : طرح البعض صلاحية معامل الثبات إذا ما انحصرت نسبته مابين 0.65 و0.95 وما دون ذلك ينبغي على الباحث إعادة النظر في الاستبيان.

3-5 نماذج تطبيقية عن الاستبيان:

الصفحة الأولى/ واجهة الاستمارة تحمل البيانات الأولية

جامعة الجزائر3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الاتصال

استمارة استبيان بعنوان :

دور التلفزيون في تشكيل اتجاهات الشباب

الجزائري نحو الموضة

دراسة مسحية لعينة من شباب الجزائر العاصمة.

هذه العبارة مهمة

يجب أن تتوفر عليها

الصفحة الأولى

" بين أيديكم استمارة استبيان عن دور التلفزيون في تشكيل اتجاهات الشباب الجزائري نحو الموضة ، تستخدم كإحدى أدوات البحث العلمي في إطار إنجاز رسالة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام والاتصال نرجو الإجابة عن أسئلتنا بكل صدق وموضوعية ، ونعدكم بسرية المعلومات المقدمة ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي".

الطالبة الباحثة:

....

إشراف: الأستاذ:

د..

ملاحظة: ضع علامة(x) في الخانة المناسبة.

السنة الجامعية: 2016/2015.

الصفحة الثانية وبقية الصفحات/ تتضمن محاور الدراسة أي تساؤلات الدراسة أو فرضياته.

للمبحوث الحرية في اختيار الأسئلة المناسبة مع أهدف

المحور الأول: البيانات الشخصية.

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2-السن

....

3- الحالة التعليمي:

ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

4-الدخل الشهري للوالدين :

....

المحور الثاني: درجة مشاهدة البرامج التلفزيونية واتجاهات المبحوثين نحو الموضة.

سؤال ترتيبي	سؤال مغلق	سؤال محدود الإجابة	لابد من وضع محاور للاستبيان وفق فرضيات

5- كيف تشاهد البرامج التلفزيونية؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

6- ما هي القنوات التلفزيونية التي تشاهدها أكثر؟(رتبها من الأكثر أهمية إلى الأقل).

القنوات الجزائرية ☐ القنوات العربية ☐ القنوات الغربية ☐

7- ما هي البرامج التلفزيونية التي تفضل مشاهدتها؟(يمكنك اختيار أكثر من واحدة).

الرياضية ☐ الثقافية ☐ السياسية ☐

الدينية الأفلام ☐ المسلسلات ☐ البرامج المتعلقة بالموضة ☐

المنوعات الغنائية ☐ الإشهار ☐

8- ما هو الحجم الساعي اليومي الذي تستغرقه عملية مشاهدتك للبرامج التلفزيونية؟

ساعة ☐ ساعتين ☐ أكثر من ساعتين ☐

9- ما هي الفترات التي تشاهد فيها البرامج التلفزيونية؟

الفترة الصباحية ☐ الظهيرة ☐ المسائية ☐ السهرة ☐

10- ما هي دوافعك لمشاهدة البرامج التلفزيونية ؟ (يمكنك الاختيار أكثر من إجابة)

الاسترخاء والترفيه ☐ الإلمام بما يحدث في العالم ☐

ملء أوقات الفراغ ☐ التعرف على الموضة في اللباس والإكسسوارات ☐

درجة شهرة الشخصيات التلفزيونية ☐

المظهر الخارجي للشخصية التلفزيونية بحكم العادة ☐

11- ما هي الجوانب المظهرية التي تعجبك أكثر في هذه الشخصيات؟

طريقة اللباس والإكسسوارات ☐ تسريحة الشعر ☐

التجميل والزينة ☐ شباب الشخصية ☐

الرشاقة ☐

أخرى تذكر...........

سؤال المغلق المفتوح ← سؤال محدد مفتوح

12- هل مشاهدتك لهذه الشخصيات تثير لديك الرغبة في تقليد الموضة المروجة من خلالها؟

لا ☐ نعم ☐

في حالة الإجابة بـ "نعم" اذكر الجوانب المظهرية التي تميل إلى تقليدها فيها؟

....

المحور الثالث : علاقة مشاهدة البرامج التلفزيونية بالمستوى الاقتصادي والاجتماعي واتجاهات المبحوثين نحو الموضة.

13- ما هو مصدر حصولك على النقود لشراء ملابسك؟

أحد الوالدين ☐ عمل إضافي ☐ المنحة الدراسية ☐

14- فيما تنفق مصروفك الخاص؟

االخروج في نزهة مع الأصدقاء ☐ شراء الملابس والإكسسوارات ☐

الأكل ☐ ممارسة الرياضة ☐ شراء الكتب ☐

أخرى تذكر.....

سؤال المحدود المفتوح

سؤال مغلق خماسي

سؤال مغلق محدد الإجابة

15- هل ترى بأن ما يعرض في التلفزيون من برامج يؤثر على طريقة اختيارك للملابس والإكسسوارات التي هي على طراز الموضة؟

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

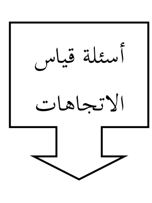
16- هل يعارض أبويك أو أحد أفراد أسرتك ارتداءك للباس الموضة؟

نعم ☐ لا ☐

* في حالة الإجابة ب"نعم" فماهو سبب رفضهم؟

- لأن لباس الموضة مخالف لعادات وتقاليدالمجتمع الجزائري ☐
- لأن لباس الموضة مخالف للدين الإسلامي ☐
- لأن لباس الموضة مخل بالحياء ☐

هذا المحور الأخير تم استخدام صيغة أخرى أو شكل آخر للاستبيان الذي يعتمد على مقاييس لقياس الاتجاهات سواء ثلاثي، خماسي، سباعي.إذ يمكن المزج بين الطريقتين في الاستمارة الواحدة كما نعتمد عليه في استمارة بشكل فردي.



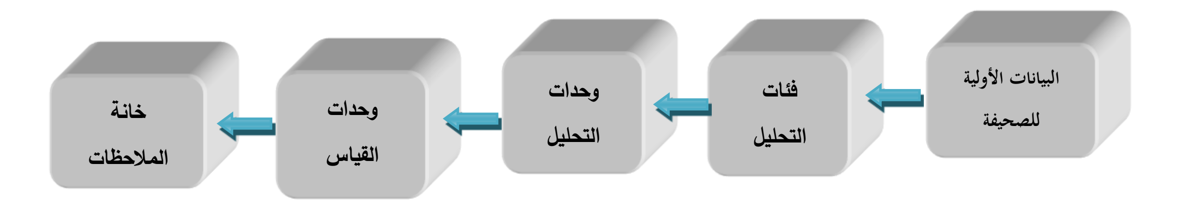
المحور الرابع: مقياس اتجاهات المبحوثين نحو الموضة عبر التلفزيون

عند مشاهدتك للموضة من خلال البرامج التلفزيونية ماذا تفعل؟

المقياس البدائل	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
أواصل مشاهدة البرامج حتى وإن لم أقتنع بالمضمون					
أعيد مشاهدة البرنامج التلفزيوني للتدقيق في لباس وإكسسوارات وتسريحة الشخصية.					
أقوم بتصوير الملابس والإكسسوارات التي ترتديها الشخصية التلفزيونية للخياطة					
أتابع جنيريك البرامج لمعرفة مصدر الملابس والإكسسوارات.					
أفكر في تقليد الشخصية التلفزيونية في مظهرها الخارجي					
ابحث عن ملابس وإكسسوارات مشابهة لتلك التي ترتديها الشخصية التلفزيونية					
احرص أكثر على متابعة البرامج التلفزيونية الخاصة بالموضة.					
اللباس المفضل عندي هو ما أشاهده على النجوم					
البرامج التلفزيونية زادت من حرصي على إتباع الموضة في اللباس					
استمتع بمشاهدة الشخصيات التلفزيونية بمظهرها الخارجي الذي هو على طراز الموضة					
الموضة التي تعرضها البرامج التلفزيونية لا تتماشى وتقاليد مجتمعنا وقيمه					
لباس الموضة مخل بالحياء وغريب يتنافى والدين					

3-6 استمارة تحليل المحتوى: وهي الأداة التي تستخدم لدراسة وتحليل الوثائق أو المعلومات أي أنها لا تعنى بدراسة الأفراد المبحوثين (بمعنى أنها تخص الدراسات التحليلية التي تركز على تحليل محتوى سواء مطبوع، أو مسموع أو سمعي بصري)

ويقوم الباحث بتصميم هيكلها العام بحيث تشمل:



مثال توضيحي لتصميم استمارة تحليل المحتوى:

خطوات التحليل

1- تحديد موضوع الدراسة.

2- كتابة مشكلة الدراسة ، تساؤلاتها وفرضياتها.

3- تحديد أسباب اختيار الموضوع ، أهداف الدراسة وأهميتها.

4- تحديد نوع الوحدات المستخدمة في التحليل (وحدة المساحة ، وحدة الفكرة ، وحدة الموضوع ...الخ).

5- جمع المادة الخاصة بالتحليل.

6- تحديد المادة الخاصة بالتحليل بشكل دقيق.

7- حساب المساحة الخاصة بالوثائق المتعلقة بالموضوع.

8- حساب المساحة الخاصة بالتحليل (كل موضوع في الجريدة يتطرق للإرهاب).

9- قراءة المواضيع الخاصة بالتحليل قراءة عميقة.

10- تحديد البيانات الخاصة بكل وثيقة (العدد، تاريخ الصدور ... الخ) وتدوينها على مسودة.

11- تحديد البيانات الخاصة بفئات الشكل وتدوينها على المسودة (العناوين، الألوان، الصور، الموقع في الصفحة...الخ).

12- تحديد البيانات الخاصة بفئات المضمون وتدوينها على المسودة (الموضوعات، الأهداف، الأماكن ، الفاعلون ، المصادر...الخ).

13- تحديد مؤشر كل فئة إن وجدت (الأماكن، ولايات ساحلية، ولايات داخلية، ولايات صحراوية...الخ).

14- صياغة استمارة مبدئية.

15- عرض الاستمارة للتحكيم من طرف المختصين.

16- تعديل الاستمارة وأخذ ملاحظات المحكمين بعين الاعتبار.

17- تفريغ البيانات ، تفسيرها وتحليلها.

نموذج عن استمارة تحليل المحتوى:

جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

استمارة تحليل المحتوى بعنوان:

المعالجة الصحفية لظاهرة الإرهاب

- دراسة تحليلية على عينة من صحيفة الخبر اليومي-

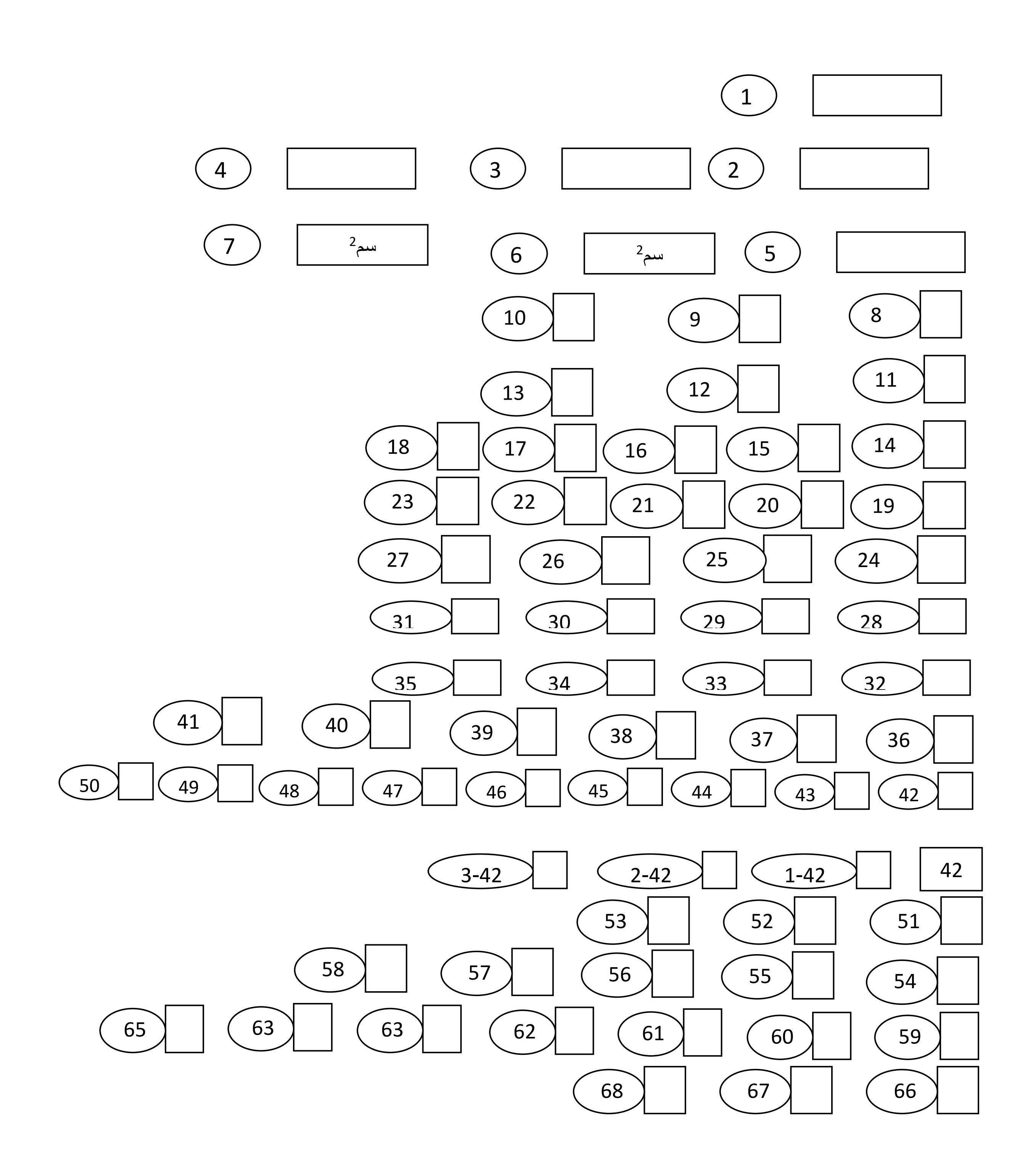
إعداد الطالب الباحث:

....

إشراف الأستاذ:

د/ ....

الموسم الجامعي :2018-2019.


1
2
3
4
5
سم²
6
سم²
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
42
1-42
2-42
3-42
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
63
65
66
67
68

أولا: البيانات الخاصة بالوثيقة:

1- اسم الجريدة

2- تاريخ الصدور

3- رقم العدد

ثانيا: تحليل البيانات

- **فئات الشكل**

4- المساحة الكلية للجريدة

5- المساحة الخاصة بالتحليل

6- العناوين

7- الألوان

8- توزيع المواضيع حسب الموقع في الجريدة

9- توزيع المواضيع حسب الموقعفي الصفحة.

10- الصور المستخدمة.

11- الأنواع الصحفية المستخدمة

فئات المضمون:

12- فئة المواضيع

12-1- مواضيع الإرهاب

12-2- البلدان التي وقع فيها الإرهاب

12-03- أماكن حدوث الإرهاب :

13- فئة الفاعلون

14- فئة المصادر

15- فئة الأهداف

دليل الاستمارة

أولا: البيانات الخاصة بالوثيقة.

1- المربع رقم 01 يشير إلى اسم الجريدة – الخبر اليومي-

2- المربع رقم 02 إلى رقم 04 يشير إلى اليوم والشهر والسنة التي صدرت فيها الجريدة.

3- المربع رقم 05 يشير إلى رقم عدد الجريدة.

4- المربع رقم 06 يشير إلى المساحة الكلية للجريدة.

5- المربع رقم 07 يشير إلى المساحة الخاصة بالتحليل.

ثانيا: فئات الشكل:

6- المربع رقم 08 إلى رقم 10 يشير إلى العناوين الخاصة بمادة التحليل (08 عنوان رئيسي، 09 عنوان ثانوي، رقم 10 عنوان فرعي).

7- المربع رقم 11 إلى رقم 13 يشير إلى الألوان المستخدمة في مادة التحليل. (11 الألوان الساخنة ، 12 الألوان الباردة ، 13 اللون الأسود).

8- المربع رقم 14 إلى 18 يشير إلى توزيع المواضيع حسب الموقع في الجريدة(14 صفحة أولى، 15 صفحة الثانية، 16 صفحة الوسط، 17 الصفحة الأخيرة، 18 الصفحات الأخرى).

9- المربع رقم 19 إلى رقم 23 يشير إلى توزيع المواضيع حسب الموقع في الصفحة (19 أيمن أعلى، 20 أيمن أسفل، 21 أيسر أعلى ،22 أيسر أسفل ، 23 الوسط).

10- المربع رقم 24 إلى رقم 28 يشير إلى طبيعة الصور المستخدمة (24 صورة حية، 25 صورة رمزية ، 26 صورة أرشيف ، 27 بدون صور).

11- المربع رقم 28 إلى رقم 35 يشير إلى توزيع المواضيع حسب الأنواع الصحفية المستخدمة (28- الخبر، 29- المقال، 30- التقرير، 31- التحقيق ، 32- العمود، 33- بورتريه ، 34- كاريكاتور ، 35- تعليق).

ثالثا: فئات المضمون.

12-3-1- المربع رقم 36 إلى رقم 41 يشير إلى توزيع الموضات حسب مواضيع الإرهاب (39 - دعم وتمويل الإرهاب ، 40- التحريض على الإرهاب ، 38- الإشادة بالإرهاب، 39- تجنيد الإرهابيين ، 40- محاربة الإرهاب ، 41- عمليات إرهابية - 41-1- اغتيال ، 41-2- تفجير بسيارة مفخخة ، 41-3- تفجير إنتحاري، 41 -4- هجوم مسلح -).

12-3-2- المربع رقم 42 إلى رقم 50 يشير إلى توزيع الموضوعات حسب البلدان التي وقع فيها الإرهاب (42- الجزائر* 42-1 ولايات ساحلية *42-2 ولايات داخلية* 42-3 ولايات صحراوية ، 43- دول المغرب العربي- ليبيا، تونس ، المغرب وموريطانيا- 44- دول الساحل الإفريقية –مالي، النيجر، تشاد- 45 – دول عربية، 46 –دول أوروبية ، 47- دول آسيوية 48- الولايات المتحدة الأمريكية، 49- كندا، 50- باقي أنحاء العالم.

12-3-3- المربع 51 إلى رقم 54 يشير إلى الأماكن التي حدث فيها الإرهاب (51- مؤسسات أمنية، 52- أماكن حيوية ، 53- أماكن الترفيه ، 53- مؤسسات رسمية وحكومية).

13- المربع رقم 54 إلى رقم 58 يشير إلى فئة الفاعلون في الإرهاب (54- الإرهابيون ومنظمات إرهابية ، 55- داعمون ومحرضون على الإرهاب ، 56- محاربو الإرهاب ، 57- محللون لظاهرة الإرهاب ، 58- سياسيون).

14- المربع رقم 59 إلى رقم 65 يشير إلى المصادر(59- وكالة الانباء الجزائرية، 60- وكالات أنباء عالمية ، 61- وكالات أنباء وطنية ، 62- مراسلو الجريدة ، 63- جهات أمنية ، 64- شهود عيان، 65- صحافيو ومحررو الجريدة).

15- المربع رقم 66 إلى رقم 68 يشير إلى أهداف الجريدة من خلال مواضيع الإّرهاب (66- تزويد القراء بالأخبار والمعلومات ، 67- التحسيس بخطر الإرهاب، 68- تجنيد الرأي العام ضد الإرهاب).

نموذج عن استمارة تحليل المحتوى:

المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري

- دراسة تحليلية على عينة من النشرات الإخبارية-

أولا: البيانات الخاصة بالوثيقة:

1- أسم القناة:..

2- توقيت النشر: ....

3- تاريخ النشرة :...

ثانيا: تحليل البيانات

أ/ فئات الشكل :

4- مدة النشرة :..

5- مدة المادة الخاصة بالتحليل :.......................................

6- ترتيب المادة الخاصة بالتحليل في النشرة :............................

7- اللغة المستخدمة : ....

8- الصور المستخدمة : ....

9- الأنواع الصحفية المستخدمة :...

ب/ فئات المضمون :

10- فئة الموضوعات:

10-1- المواضيع البيئية: ....

10-2- المكان الذي حدث فيه الموضوع : ....

11- فئة الفاعلون: ....

12- فئة الجمهور المستهدف : ....

13- فئة القيم والسلوكيات : ....

14- فئة الأهداف: ....

دليل استمارة تحليل المحتوى:

1- المربع رقم 1 يشير إلى اسم القناة.

2- المربع من الرقم 2 إلى الرقم 5 يشير إلى توقيت النشرة، 2 يشير إلى نشرة الواحدة مساءا، 3 يشير إلى نشرة الخامسة مساءا، 4 يشير إلى نشرة الثامنة مساءا، 5 يشير إلى نشرة منتصف الليل.

3- المربع من 6 إلى 8، يشير إلى تاريخ النشرة (اليوم، الشهر، السنة).

4- المربع رقم 9 إلى 11، يشير إلى مدة النشرة، وتحسب بالدقيقة (أقل من 26 دقيقة، بين 26 دقيقة و30 دقيقة، أكبر من 30 دقيقة).

5- المربع رقم 12 إلى 14 ، يشير إلى المدة الزمنية الخاصة بمدة التحليل وتحسب بالدقيقة. (أقل من دقيقة ، بين دقيقة ودقيقتين ، أكثر من دقيقتين).

6- المربع رقم 15 إلى 17: يشير إلى ترتيب المادة الخاصة بالتحليل داخل النشرة، 15 يشير إلى أول النشرة (الثلث الأول)، 16 يشير إلى الثلث الثاني، 17 يشير إلى الثلث الثالث.

7- المربع رقم 18 إلى 22 ، يشير إلى اللغة المستخدمة في المادة الخاصة بالتحليل (عربية ، فرنسية ، أمازيغية ، دارجة ، خليط).

8- المربع رقم 23 إلى 25، يشير إلى نوع الصور المستخدمة (صور حية ، صور أرشيف ، صور رمزية).

9- المربع رقم 26 إلى 29 يشير إلى الأنواع الصحفية التي جاءت فيها مادة التحليل (خبر، تحقيق ، روبورتاج ، بورتريه).

10- فئات الموضوعات:

10-1 : المربع رقم 30 إلى 37 يشير إلى المواضيع الخاصة بقضايا البيئة (تلوث، انجراف وتصحر، تشجير، صرف صحي ، ثروة حيوانية ونباتية ، رسكلة النفايات ، حرائق النفايات ، سياحة بيئية).

10-2 : المربع رقم 38 إلى 48 ، يشير إلى المكان الذي حدث فيه الموضوع (البحر وشاطئ البحر، الأنهار والوديان ، البحيرات، الصحراء ، السهول ، الهضاب، الجبال ، المدن ، الأحياء الشعبية والأرياف).

11- المربع رقم 49 إلى 55: يشير إلى فئة الفاعلون في قضايا البيئة (جمعيات ومجتمع مدني ، هيئات حكومية، دار الشباب ، خبراء، متخصصون ، شباب ، أطفال، ناشطون بيئيون).

12- المربع رقم 56 إلى 61 ، يشير إلى فئة الجمهور المستهدف (أطفال ، شباب، تلاميذ وطلبة ، أباء وأمهات ، ناشطون اجتماعيون ، سكان محليون).

13- المربع رقم 62 إلى 68 يشير إلى القيم والسلوكيات المتضمنة في المادة المخصصة للتحليل (حماية البيئة ، زراعة الأشجار ، حماية الغابات ، تنظيم الصيد، الحفاظ على التنوع الحيوي ، التعاون والمشاركة ، المسؤولية الاجتماعية والتنوع).

14- المربع رقم 69 إلى 74 يشير إلى الأهداف المراد تحقيقها من طرف المؤسسة من خلال مادة التحليل (التوعية والتحسيس بقضايا البيئة ، الحفاظ على البيئة ، التنمية المستدامة ، تقديم معلومات وإحصاءات ، دعاية للحكومة ، الترويج للأماكن طبيعية).

نموذج عن استمارة تحليل المحتوى:

دور الأنماط الاتصالية الأسرية المستخدمة في الإشهار في توجيه السلوك الإستهلاكي للطفل.

دراسة تحليلية لعينة من الإشهارات التلفزيونية.

ضمت استمارة تحليل المضمون الفئات الآتية:

1. **فئات الشكل (كيف قيل):** التي تضم الفئات التالية:

I. **فئة مدة الإشهار** : الزمن الذي يستغرقه كل إشهار.

II. **فئة الصورة الاشهارية** : التي بدورها ضمت مجموعة من الأبعاد والمؤشرات والموضحة كما يلي:

- فئة الأشكال والخطوط.
- فئة الألوان.
- **فئة زوايا التصوير:** فيها تحديد الزوايا العادية ، المرتفعة ، التصاعدية البانوراما، الترافلينغ والزووم.
- **فئة اللقطات وضمت** : اللقطة العامة، لقطة الجزء الكبير، لقطة الجزء الصغير، اللقطات الحكائية واللقطات البسيكولوجية.
- **فئة مكان التصوير:** فيها يمكن أن نتعرف على طبيعة الأماكن التي تصور فيها فكرة الإشهار حيث تعرضت الباحثة إلى مكان تصوير داخلي والذي بدوره ضم: فيلا، شقة، منزل ريفي موضع غير سكني ، أما مكان التصوير الخارجي فقد ضم: حدائق، حقول زراعية ، شوارع شاطئ ، أروقة ، نوادي ، شوارع.

- **فئة الإضاءة :** هي التي تعطينا الإحساس بالزمن الذي تدور فيه الأحداث وتشمل: إضاءة ليلية إضاءة طبيعية ، إضاءة خافتة.
- **فئة بيئة الإشهار :** نقصد بها الملامح العامة للبيئة التي تدور فيها فكرة الإشهار ضمت ما يلي : بيئة حضرية ، بيئة ريفية ، بيئة حضرية شعبية ، بيئة صحراوية، مزيج.
- **فئة الشخصيات التي يظهر معها الطفل في الإشهار التلفزيوني :** أين قامت الباحثة بتحديد ما يلي : طفل لوحده ، طفل مع أمه وأبيه وإخوته ، طفل مع جدته، طفل مع أبيه ، طفل مع أمه طفل مع مشاهير.
- **فئة ملامح الشخصيات التي تظهر في الإشهار التلفزيوني :** بها أرادت الباحثة تحديد الملامح العامة للشخصيات حيث حصرتها في: ملامح جزائرية ، ملامح عربية ، ملامح أجنبية.
- **فئة الخصائص الفيزيائية للشخصيات التي تظهر في الإشهار :** أين نجد سن الطفل ، سن الكبار لون البشرة ، لون الشعر.
- **فئة ملابس الشخصيات التي تظهر في الإشهار التلفزيوني :** تضم : ملابس حضرية ، ملابس ريفية ، ملابس موضة ، ملابس رياضية.

III. فئة لغة الإشهار : أين نجد العامية ، الفصحه ، لهجات إقليمية ، أخرى.

IV. فئة الأصوات المستخدمة في الإشهار التلفزيوني : متمثلة حسب عينة الدراسة فيما يلي : صوت رجل من الشخصيات ، صوت امرأة من الشخصيات ، طفل من

الشخصيات ، صوت طفلة من الشخصيات ، صوت رجل يقدم المنتوج ، صوت امرأة يقدم المنتوج.

V. فئة الموسيقى : التي يمكن ترجمتها من خلال المؤشرات التالية : موسيقى أغنية، موسيقى Ambiance ، موسيقى Action ، موسيقى Rythmée.

VI. فئة القوالب الفنية : التي اشتملت على قالب الحوار ، قالب غنائي ، قالب درامي ، قالب استعراضي ، قالب قصصي ، مزيج.

2. فئات المضمون (ماذا قيل؟) : تحتوي على عدة فئات وهي :

I. فئة نوع المنتوج : فيها نجد سلع غذائية ، أجهزة كهرومنزلية ، منظفات وأدوات التجميل.

II. فئة مصدر إنتاج السلع : التي ضمت ما يلي: محلي ، عربي ، أجنبي ، غير محدد.

III. فئة أنماط الاتصال الأسري المقدمة في الإشهار التلفزيوني : هذه الفئة احتوت على نمط الأسرة الاستشارية ، نمط الأسرة التعددية ، نمط أسرة الحماية ، نمط أسرة دعه يفعل.

IV. فئة الأسلوب المستخدم لتقديم أنماط الاتصال الأسري : الهدف من هذه الفئة هو معرفة الطريقة التي قدمت من خلالها أنماط الاتصال الأسري وضمت : أسلوب يركز على العلاقات الأسرية السعيدة من خلال استهلاك المنتوج ، أسلوب يركز على الحوار حول خصائص المنتوج من طرف أفراد الأسرة ، أسلوب يؤكد معرفة الأم

الواسعة وحبها لأفراد الأسرة ، أسلوب يوضح روح الشباب واللهو والمرح في الأسرة، أسلوب يوضح الحياة العصرية السهلة ، أسلوب يقدم الطفل الذكي الذي يملك الحل.

V. فئة مظاهر السلوك الاستهلاكي للشخصيات الظاهرة في الإشهار التلفزيوني: ضمت ما يلي :

- **المظاهر السلوكية المرتبطة بالاستهلاك** : ترجمت من خلال : الاستهلاك بشراهة، الرغبة في التذوق والإحساس بالمتعة.
- **السلوكات الاستهلاكية المرتبطة بالتعبير عن المشاعر** : تكونت هذه الفئة من: الدهشة والإعجاب الانفعال بالطعم ، التمتع بالاستخدام.
- **السلوكات الاستهلاكية المرتبطة بآداب الأكل والشرب** : ترجمت هي الأخرى من خلال : استخدام اليد اليمنى في الأكل والشرب ، استخدام اليد اليسرى في الأكل والشرب ، استخدام كلتا اليدين المضغ السريع ، المضغ المتأني.
- **السلوكات المرتبطة بكيفية الحصول على المنتوج المعلن عنه** : إن هذه الفئة ضمت ما يلي : المشاركة في الحوار للحصول على المنتوج ، استخدام القوة والعنف للحصول على المنتوج وامتلاك المنتوج.
- **السلوكات المرتبطة بعلاقة الفاعلين في الإشهار التلفزيوني** : ضمت هذه الفئة ما يلي : سلوكات تفوق الطفل على الكبار، سلوكات تفوق الكبار على الطفل، سلوكات إعجاب الكبار بأفعال الطفل ، سلوكات حيرة أمام تفوق الطفل.

VI. فئة الاستمالات المستخدمة في الإشهار التلفزيوني : التي ترجمت من خلال:

- **المدخل القيمي الذي ضم** : الأمومة ، الصحة ، النظافة ، الجمال، القبول من طرف الآخرين ، الحرية والانطلاقة ، التفوق العلمي وأخيرا التميز.

- **مدخل العلاقات والذي ترجم من خلال :** التعاون ، التنافس ، المحاكاة والإيحاء.
- **مدخل المكانة الذي ضم :** المكانة المعطاة للطفل في الإشهار التلفزيوني، والمكانة المعطاة للكبار في الإشهار التلفزيوني.

مدخل الهوية والذي ضم : الانتماء (اللغة ، اللباس ، الطبقة) ، صورة الشخص عن ذاته من خلال الشخصيات ، صورة الشخص عن ذاته من خلال المنتوج.

التطبيق (01):

إليك الموضوع الآتي:

عادات وأنماط مشاهدة الأطفال لبرامج قناة MBC3

المطلوب:

1- حدد الأداة المناسبة لجمع المعلومات من مجتمع الدراسة.

2- ضع محاور هذه الأداة بشرط يحتوى كل محور على عشرة أسئلة (نكتفي بثلاثة محاور فقط) .

3- لو طلب منك استخدام أداة تحليل المحتوى لجمع البيانات من مجتمع هذا البحث، وضح التغيرات التي تحصل على العنوان مع شرح كيفية تصميم أداة جمع البيانات.

4- هل يمكن اعتماد الملاحظة في الموضوع الجديد (الخاص بتحليل المحتوى) وضح ذلك.

5- لو تم تغيير مجتمع الدراسة (الأطفال) بفئة المراهقين ، وضح الأداة المناسبة لجمع البيانات مع تصميمها.

التطبيق (02):

إليك الأدوات الآتية:

1-المقابلة المفتوحة -2- الاستبيان- 3- استمارة تحليل المحتوى. 4- الملاحظة بالمشاركة.

المطلوب:

1-حدد أربعة مواضيع علمية في علوم الاتصال والإعلام تصلح أن نطبق عليها الأدوات السابقة (يمكن استخدام أكثر من أداة في كل موضوع).

المراجع

1) سماح سالم ، سالم. (2012). البحث الاجتماعي الأساليب ، المناهج ، الإحصاء. الأردن: دار تحليل الثقافة

2) سلاطنية بلقاسم ، حسان الجيلاني (2009). أسس البحث العلمي. ط2. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

3) صالح بن نوار (2012) مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية. قسنطينة الجزائر: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة.

4) ربحي مصطفى ، عليان ، عثمان محمد ، غنيم. (2010) أساليب البحث العلمي. ط4. عمان دار صفاء للنشر والتوزيع.

5) ماجد محمد الخياط. (2010). أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الاجتماعية. عمان: دار الراية للنشر.

6) عبد العزيز بركات.(2012). مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية والمهارات التطبيق. القاهرة : دار الكتاب الحديث.

7) عبد الحميد محمد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط2. القاهرة : عالم الكتب.

8) محمد الفاتح حمدي (2017). منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال دروس نظرية وتطبيقات عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع.

9) يوسف تمار (2017). مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية – الاتصالية الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

10) سعيدة عزوز (2016). التلفزيون واتجاهات الشباب الجزائري نحو الموضة. رسالة دكتوراه غير منشورة الجزائر: جامعة الجزائر ، كلية علوم الإعلام والاتصال ، قسم الاتصال.

11) سميرة سطوطاح (2016) الإشهار والسلوك الاستهلاكي للطفل قسنطينة : دار الفائز للطباعة والنشر .

الفصل الخامس
مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال

1- المنهج التاريخي:

تعريفه : يعتمد المنهج التاريخي على وصف وتسجيل الوقائع والأنشطة الماضية ودراسة وتحليل الوثائق والأحداث المختلفة وإيجاد التفسيرات الملائمة والمنطقية لها على أسس علمية ودقيقة بغرض الوصول إلى نتائج تمثل حقائق تساعدنا على فهم الظاهرة في الماضي للتنبؤ بها في المستقبل.

خطواته النظرية هي:

1-جمع المادة التاريخية : تبدأ عملية جمع المادة التاريخية بتحديد المصادر التي تضم هذه المادة أو تشير إليها ومستواها. وتنقسم هذه المصادر إلى نوعين :

أ- **المصادر الأولية** : وهي المصادر المباشرة ذات العلاقة العضوية بالوقائع والأحداث والشخصيات مثل (الآثار المادية ، والوثائق التاريخية).

ب-**المصادر الثانوية** : وهي المصادر التي تأخذ عن المصادر الأولية وتعيد تسجيلها أو نشرها بعد ذلك في سجلات أخرى ، مثل عمليات التصنيف والتبويب وإعادة التسجيل والنشر في أشكال جديدة غير الشكل الأولى الذي تم تسجيلها به.

ج- نقد المادة التاريخية وتقويمها:

بعد أن ينتهى الباحث من جمع مصادر المادة التاريخية فإنه يقوم بعملية نقد هذه المصادر وتقويمها للتحقق من صلاحية المصادر للاعتماد عليها وصدق المادة التاريخية في رصد ما حدث في الماضي.

- **ويتم النقد والتقويم في اتجاهين:**

أ- النقد الخارجي : الذي يستهدف التحقق من صحة المصدر أو الوثيقة في علاقتها بالفترة التاريخية من خلال الشكل والبناء والمقومات التي تتفق مع خصائص هذه الفترة ومميزاتها.

ب- النقد الداخلي أو الباطني : الذي يستهدف التحقق من صحة المعنى والتأكد من صدق المحتوى للوثيقة أو المصدر ويتم التفرقة بين التقويم أو التحليل الداخلي الإيجابي والتقويم أو التحليل الداخلي السلبي.

فيستخدم التحليل الإيجابي للتفرقة بين العناصر الأولية التي يحتوى عليها النص التاريخي ، وإدراك كل عنصر على حدة. للوقوف على المعنى الحقيقي الذي يرمى إليه بناء المحتوى. فيستهدف تحديد المعاني المختلفة لكل ما تتضمنه الوثيقة من جمل وعبارات وتراكيب لغوية مقارنة بلغة العصر الذي كتبت فيه الوثيقة.

ج- تصنيف الحقائق وتحليلها وإعادة تركيبها :

وهي العملية الخاصة بإعادة عرض الوقائع والأحداث كما حدثت في الماضي في إطار الأهداف التي يسعى الباحث إلى تحقيقها ، أو التساؤلات التي يسعى الباحث إلى الإجابة عليها وتفسيرها في تقرير نهائي يقدم رؤية الباحث لهذه الوقائع في إطار ما قام به من إجراءات ، وما استند إليه من مصادر ثبتت صحتها وصلاحيتها للبحث التاريخي.

وأهم خطواته الإجرائية هي:

وفي ميدان الإعلام والاتصال يفيد هذا المنهج في دراسة الظاهرة الاتصالية في تطورها التاريخي وبداياتها مثلا في دراسة حول" ممارسة الصحفيين الجزائريين للمهنة خلال فترة الطوارئ " لرصد مدى تأثر المهنة الصحفية بالأزمة.

مثال تطبيقي :

الموضوع :

تطور الصورة الصحفية في الصحافة الجزائرية : من المطبوعة إلى الرقمية.

يستخدم المنهج التاريخي لدراسة التطور الذي طرأ على الصورة الصحفية في الجزائر منذ ظهورها إلى عصرنا الحالي المتمثل في العصر الرقمي ، وهنا قد يستعين الباحث بالأعداد السابقة التي تعتبر بمثابة وثائق أولية يقوم الباحث بتحليل محتواها الخاص بالصور.

ويتبع الباحث الخطوات الآتية:

1- ضبط مشكلة الدراسة والتساؤلات.

2- تحديد أسباب وأهمية وأهداف الدراسة.

3- ضبط مفاهيم الدراسة.

4- ضبط الدراسات السابقة المناسبة للموضوع.

5- تحديد المنهج المناسب وشرح خطوات إسقاطه على الموضوع.

6- تحديد وتصنيف المصادر التي تم جمعها حول موضوع الدراسة.

7-نقد المصادر التي تم جمعها حول موضوع الدراسة.

8-تحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها حول موضوع الدراسة.

9-مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة والمقاربات النظرية.

10- وضع النتائج النهائية للدراسة.

11- الخاتمة وملخص الدراسة.

2/ المنهج الوصفي (المنهج المسحي) .

تعريفه : يعنى تجميع منظم للحقائق عن جماعة معينة ومعظم المسوح تعتمد من الناحية العلمية استمارات الاستبيان المكتوبة والمقابلة من أجل جمع أنواع من البيانات الكمية التي يمكن تحليلها.

كما يعتبر منهج المسح من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسة الوصفية التحليلية، في مجال الدراسات الإعلامية ، لأنه يستخدم في دراسة الظاهرات أو المشكلات البحثية في وضعها الراهن، باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة.

يستخدم منهج المسح في دراسات الرأي العام ، للتعرف على اتجاهات جمهور المبحوثين ، وأرائهم في الموضوعات المثيرة للجدل ، خاصة ما تعلق منها بالسياسات الحكومية المختلفة ، كما تستخدم البحوث المسحية لمعرفة مدى تأثيرات برامج إذاعية أو تلفزيونية معينة ، أو محاولة معرفة موقف المبحوثين تجاه فيلم سينمائي معين أو مسلسل درامي وعادة ما تقوم بهذه المسوح أجهزة متخصصة لقياسات الرأي العام.

خطوات تطبيق المنهج الوصفي :

مثال تطبيقي:

عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجامعي الجزائري للخطاب الديني على القنوات الفضائية العربية.

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة جيجل.

1-ضبط عنوان البحث:

عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجامعي الجزائري للخطاب الديني على القنوات الفضائية العربية**)**.

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة جيجل.

2-تحديد مشكلة البحث والتساؤلات (السؤال الرئيسي والتساؤلات الفرعية) والفرضيات.

مشكلة الدراسة تتناول مشكلة علمية تتمثل في مدى مشاهدة الشباب الجامعي الجزائري للخطابات الدينية عبر القنوات الفضائية العربية ، وذلك بمعرفة أسباب ودوافع مشاهدة هذه الخطابات ، إلى جانب معرفة أهم عادات وأنماط مشاهدة الخطابات الدينية عبر القنوات الفضائية ، بالإضافة إلى معرفة أهم الإشباعات المحققة من هذه المشاهدة.

- بعد عرض مفصل لمشكلة الدراسة يصل الباحث إلى طرح تساؤلات وفرضيات الدراسة.

- **تساؤلات الدراسة** : مثلا:

السؤال الرئيسي : ما هي عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجامعي للخطابات الدينية في القنوات الفضائية الدينية؟

- ✓ ما هي أسباب ودوافع مشاهدة الشباب الجامعي للخطابات الدينية في القنوات الفضائية العربية؟
- ✓ ما هي عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجامعي للخطابات الدينية في القنوات الفضائية الدينية؟
- ✓ ما هي الإشباعات المحققة من مشاهدة الخطابات الدينية في القنوات الفضائية العربية؟

- **الفرضيات : مثلا.**

- ✓ يرجع مشاهدة الشباب الجامعي للخطابات الدينية في القنوات الفضائية العربية إلى كثرة البرامج الدينية التي تعالج قضايا الشباب المعاصرة.
- ✓ يشاهد الشباب الجامعي الخطابات الدينية في القنوات العربية بشكل منتظم وفي فترات الليل.
- ✓ يفضل الشباب الجامعي مشاهدة الخطابات الدينية في القنوات العربية ذات المنهج الوسطي ، والتي تتماشى مع واقع البيئة المحلية.
- ✓ تعد الإشباعات المعرفية من أبرز الإشباعات المحققة من مشاهدة الشباب الجامعي للخطابات الدينية في القنوات الفضائية العربية.

1) تحديد الدراسات السابقة المشابهة لموضوع البحث وتصنيفها والتعقيب عليها واستخدامها في تحليل البيانات.

نختار الدراسات السابقة المشابهة لموضوع البحث والتي لها علاقة بالخطابات الدينية والقنوات الفضائية سواء كانت دراسات محلية أو عربية، ونرتبها حسب تاريخ صدورها أو حسب المنطقة الجغرافية، ثم نعقب عليها ونستخدمها في تحليل وتفسير البيانات.

2) ضبط مفاهيم البحث (لغويا – اصطلاحا – إجرائيا).

المفاهيم الواردة في العنوان هي : **العادات** : لغويا – اصطلاحا **الأنماط** : لغويا – اصطلاحا **المشاهدة** : لغويا – اصطلاحا **عادات وأنماط المشاهدة** : اصطلاحا – إجرائيا **الشباب** : لغويا – اصطلاحا. **الشباب الجامعي** : اصطلاحا– إجرائيا **الخطاب:** لغويا– اصطلاحا **الخطاب الديني** : اصطلاحا – إجرائيا **القنوات الفضائية العربية** : اصطلاحا – إجرائيا.

3) تحديد أسباب وأهمية وأهداف إنجاز البحث.

– ضبط أسباب إنجاز هذا البحث على شكل نقاط.

– ضبط أهمية وقيمة موضوع البحث.

– ضبط أهداف البحث بما يتماشى مع تساؤلات الدراسة.

4) ضبط حدود أو مجالات الدراسة (المكانية والزمانية والبشرية) .

– الحدود المكانية : تعريف جامعة جيجل (نشأتها ، عدد الكليات بها ، عدد الأساتذة ... إلخ).

– الحدود الزمانية : ضبط فترات إنجاز البحث بالترتيب ، انطلاقاً من مرحلة ضبط موضوع الدراسة وجمع المراجع حول الموضوع وصولاً إلى مرحلة تحليل وتفسير البيانات وكتابة خاتمة البحث.

– الحدود البشرية : معرفة الفئة المستهدفة في البحث ، وهم الشباب الجامعي في هذا البحث ، ويجب تقديم كل المعلومات عن مجتمع البحث بالتركيز على السمات العامة.

5) تحديد المنهج المتبع في البحث مع شرح كيفية استخدامه.

- المنهج المناسب للدراسة : المنهج الوصفي تعريفه، وبعد ذلك توضيح عملية الإسقاط على الموضوع.

6) ضبط الأدوات العلمية المناسبة في جمع البيانات (الاستبيان – المقابلة – الملاحظة – التجربة – التحليل الإحصائي والكيفي).

- الأدوات المناسبة لدراسة هذا الموضوع هي : أداة الاستبيان نصمم الاستمارة ونوزعها على عينة البحث.

7) ضبط مجتمع البحث والعينة (خصائص المجتمع ، نوع العينة وطريقة استخراجها).

– مجتمع الدراسة : الشباب الجامعي بجامعة جيجل (سماته – خصائصه – حجمه).

– عينة الدراسة : العينة المتعددة المراحل. (تعريفها – شرح كيفية استخراج العينة).

8) تحديد المقاربة النظرية المناسبة لدراسة مشكلة البحث (التركيز فقط على العناصر المهمة في المقاربة).

- المقاربة النظرية المناسبة هي : نظرية الاستخدامات والإشباعات (تعريفها- مفاهيمها – أسسها – الإسقاط على الموضوع).

9) ضبط التراث النظري للبحث بما يخدم متغيرات الموضوع. (الفصول النظرية تكون مناسبة لمتغيرات البحث).

– **الفصل الأول** حول : مدخل نظري حول الشباب : خصائصه ، مشاكله ، طموحاته.

– **الفصل الثاني** : الخطابات الدينية في القنوات الفضائية العربية. (الخطاب الديني التلفزيوني – خصائصه – أشكاله – مكوناته – لمحة حول القنوات الفضائية العربية – محتويات القنوات الفضائية العربية – واقع الخطاب الديني في القنوات العربية).

10) تفريغ البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها.

– تفريغ البيانات بتقنية .spss

– استخراج الجداول البسيطة والمركبة حسب طبيعة التساؤلات والفرضيات.

– استخراج المعاملات الإحصائية المناسبة للبحث (مثل معامل الإرتباط– كا^2 حساب الفروقات).

11) تحليل وتفسير نتائج الدراسة في ضوء المقاربة النظرية والدراسات السابقة.

– وضع نتائج الدراسة حسب فرضيات الدراسة.

– تحليل وتفسير النتائج في ضوء المقاربة النظرية.

12) وضع النتائج العامة للبحث (نركز فقط على النتائج المحورية في البحث).

- وضع أهم النتائج التي تخدم فرضيات الدراسة.

13) خاتمة البحث.

- حوصلة حول البحث تشمل تلخيص لنتائج البحث ، وتقديم توصيات واقتراحات حول المشكلة المدروسة.

14) ملخص الدراسة.

- نضع فيه أهم الأهداف التي تحققت من إجراء الدراسة.

15) الملاحق والفهارس.

- ملحق استمارة البحث.
- فهرس الجداول.
- فهرس الموضوعات.

3-منهج دراسة الحالة.

تعريفه : هو طريقة منهجية تحدد اهتمام الباحث بحالة واحدة يتمكن من دراستها بعمق ودقة واهتمام مشخصا جميع جوانبها سواء أكانت الحالة المدروسة فردا أم أسرة أم مؤسسة أم هيئة أم جماعة أم مجتمعا صغيرا.

وهناك من يعرف منهج دراسة الحالة على أنه إعطاء صورة شاملة لدراسة ظاهرة معينة في مجتمع محدد ، وربما يكون موضوع هذه الظاهرة فردا ، أو جماعة ، أو مجتمع محلي ، أو مدرسة ، أو وحدة إدارة.

خطواته النظرية :

1- اختيار الحالة المدروسة بعناية ، بشكل يتلاءم مع موضوع الدراسة وفرضياته وأهدافه ، والتساؤلات التي يود أن يجيب عليها الباحث أي لا بد أن تكون متاحة للبحث من أجل سهولة الحصول على البيانات.

2- ضبط نموذج نظري تجريدي يشتمل على الجوانب التي سوف يركز عليها الباحث في بحثه.

3- جمع البيانات حول الحالة في امتداداتها التاريخية والراهنة والاستعانة بالجداول والتبويب بما ينظم البيانات وتكون قابلة للقياس والاستنتاج واختبار الفرضيات مع التأكيد على توثيق كل معلومة يحصل عليها الباحث ويختلف العمل في هذه الخطة بناء على اختلاف الحالة واختلاف ميدان البحث.

مثال تطبيقي

الموضوع : إنتاج الأخبار الإذاعية في عصر وسائل التواصل الاجتماعي دراسة بإذاعة جيجل أنموذجاً.

الخطوات :

- ضبط مشكلة الدراسة والتساؤلات والفرضيات.
- ضبط أسباب وأهمية وأهداف إنجاز الدراسة.
- ضبط مفاهيم الدراسة.
- ضبط الدراسات السابقة.
- تحديد منهج الدراسة.

– تحديد أدوات جمع البيانات (الملاحظة والمقابلة والاستبيان).

– تحديد الحالة مدروسة وخصائصها.

– جمع المعلومات والبيانات عن الحالة المدروسة.

– تحليل وتفسير البيانات عن الحالة المدروسة.

– وضع نتائج الدراسة.

– الخاتمة.

4/ منهج تحليل المضمون

تعريفه: هو الأسلوب العلمي الذي يستخدم للكشف عما يهدف إليه القائم بالاتصال في مادة اتصالية (خطبة – مقال صحفي– برنامج إذاعي– فيلم سينمائي– منشور دعائي – كتاب – مسلسل – فيلم وثائقي – إعلان تلفزيوني– عمود صحفي، صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، مجلات...إلخ).

هو الأسلوب الذي يستخدم في تصنيف وتبويب المادة الإعلامية ، ويعتمد أساساً على تقدير الباحث ويتم بمقتضاه تقسيم المضمون إلى فئات بالاستناد إلى قواعد واضحة.

تحليل المضمون هو تحويل محتويات وسائل الاتصال والإعلام من بيانات كيفية إلى بيانات كمية ، بالاعتماد على عدة تقنيات منهجية ، ويهدف من وراء ذلك دراسة العلاقات بين متغيرات موضوع الدراسة ، فكل باحث ليس الهدف من تحليل مضامين وسائل الإعلام هو الحصول على تكرارات ونسب فقط ، وإنما القيام بتحليل تلك النسب والتكرارات وتفسيرها بغية الإجابة عن تساؤلات الدراسة.

وحدات العد والقياس:

المادة المكتوبة : وحدة الكلمة والعبارة والجملة والفقرة. (إذا كانت المادة العلمية صغير الحجم).

إذا كانت المادة العلمية قيد الدراسة صغيرة الحجم نعتمد على هذه الوحدات أي نحسب تكرار فئات الشكل والمضمون التي يحددها الباحث بالاعتماد على وحدة واحدة فقط من هذه الوحدات المذكورة سابقاً.

المادة المكتوبة : وحدة الفكرة ووحدة الموضوع (إذا كانت المادة العلمية كبيرة الحجم) .

إذا كانت المادة العلمية قيد الدراسة كبيرة الحجم نعتمد على هذه الوحدات أي نحسب تكرار فئات الشكل والمضمون التي يحددها الباحث بالاعتماد على وحدة واحدة فقط من هذه الوحدات المذكورة سابقاً.

المادة المكتوبة : فيه وحدة المساحة والسياق ووحدة الشخصية.

يمكن الاعتماد عليها إلى جانب وحدة واحدة من الوحدات المذكورة سابقاً سواء كانت المادة العلمية قيد الدراسة كبيرة أو صغيرة.

ومنه نرى بأن وحدات العد والقياس الخاصة بالمادة المكتوبة هي : الكلمة والعبارة والجملة والفقرة والفكرة والموضوع ووحدة المساحة والسياق والشخصية.

كيف تستخدم هذه الوحدات في البحث العلمي:

- **وحدة الكلمة** : نحسب التكرارات الخاصة بالفئات المحددة باعتماد على مدلول الكلمات.

- **وحدة العبارة** : نحسب التكرارات الخاصة بالفئات المحددة باعتماد على مدلول العبارات.
- **وحدة الجملة** : نحسب التكرارات الخاصة بالفئات المحددة باعتماد على مدلول الجمل.
- **وحدة الفقرة** : نحسب التكرارات الخاصة بالفئات المحددة باعتماد على مدلول الفقرات.
- **وحدة الفكرة** : نحسب التكرارات الخاصة بالفئات المحددة باعتماد على مدلول الأفكار.

المادة السمعية البصرية أو السمعية:

وحدات العد والقياس : وحدة الزمن (لحساب الوقت). وحدة المشهد واللقطة (لتقطيع المادة إلى مشاهد أو لقطات قبل التحليل).

المادة الإلكترونية : يتم طبع المادة العلمية ثم نطبق عليها نفس وحدات المادة المكتوبة. أما المواد الفيلمية نطبق عليها وحدات السمعي البصري.

تحديد فئات الشكل والمضمون الخاصة بكل مادة.

فئات الشكل (كيف قيل) : المادة المكتوبة (صحف ومجلات وكتب...الخ) :

✓ اسم الوثيقة – تاريخ الصدور. – رقم العدد. – رقم المجلد. – دار النشر. – بلد النشر. – لغة الصدور. – الألوان. – طبيعة الأبواب – نوع الخط. – حجم العناوين. – طبيعة الصور. – موقع المادة. – القوالب التحريرية. – نوع الوثيقة. – عنوان الوثيقة. – حجم المادة. – مساحة التحليل .... إلخ.

فئات الشكل (كيف قيل): المادة السمعية البصرية أو السمعية:

- ✓ اسم القناة.– اسم البرنامج. – عنوان الحلقة. –توقيت الحلقة. – مدة البرنامج. – لغة البرنامج. – لقطات التصوير. – زوايا التصوير. – نوع الموسيقي والمؤثرات الصوتية. – طبيعة الديكور. – الألوان. – بيئة التصوير. – المكياج. – طبيعة الملابس.....الخ.
- ✓ **ملاحظة مهمة** : تحديد فئات الشكل يكون حسب طبيعة المشكلة المدروسة ، فقد يستغني الباحث عن بعض الفئات.
- ✓ فيه بعض المواضيع المطروحة للدراسة لا تحتاج لفئات الشكل نهائياً ، ولهذا يجب على الباحث ضبط أهداف الدراسة ، قبل الشروع في التحليل.

- **فئات المضمون (ماذا قيل؟) : تشمل المواد المكتوبة والمواد المسموعة والمرئية**
- **فئة الموضوعات.** (نحدد طبيعة المواضيع التي تتضمنها المادة العلمية قيد الدراسة).
- **فئة الاتجاه** : نحدد اتجاه المؤسسة الإعلامية اتجاه المادة العلمية قيد الدراسة (طرح إيجابي – محايد – سلبي)
- **فئة الفاعلون في المادة الإعلامية** : (تحديد جميع الشخصيات الفاعلة سواء أفراد أو جماعات).
- **فئة الجمهور المستهدف** : تحديد جميع الشخصيات والجماعات والمؤسسات المستهدفة.
- **فئة السمات** : نركز فيها على السمات العامة الخاصة بالفاعلين (الجنس– الحالة الاجتماعية .... الخ)

- **فئة الأهداف** : نحدد من خلال هذه الفئة كل الأهداف الضمنية في المواد قيد الدراسة.
- **فئة المصادر** : نحدد جميع المصادر الموجودة مع الإشارة إلى طبيعتها من حيث الجدة والقدم.
- **فئة القيم** : يتم استخراج جميع القيم الضمنية سواء كانت إيجابية أو سلبية.

بعد تحديد فئات الشكل والمضمون يتم إعداد استمارة تحليل المحتوى وأيضا دليل الاستمارة (أنظر نماذج منها في الفصل الخاص بأدوات جمع البيانات) ، وبعد تصميم الأداة يتم عرض الاستمارة على خبراء لأجل تحكيمها ، ثم بعدها يتم تفريغ البيانات وتحليليها.

خطوات تطبيق منهج تحليل المحتوى :

- تحديد موضوع البحث. – الحصول على المادة العلمية.– قراءة المواد العلمية أو مشاهدة أو الاستماع للبرامج التي سيتم دراستها. – تحديد مشكلة الدراسة والتساؤلات. – تحديد أسباب الدراسة والأهمية والأهداف. – تحديد حدود الدراسة (المكانية والزمانية). – تحديد مفاهيم الدراسة. – تحديد الدراسات السابقة. – تحديد منهج الدراسة. – تحديد وحدات العد والقياس. – تحديد فئات الشكل والمضمون. – تحديد أدوت جمع البيانات (استمارة تحليل المحتوى والملاحظة). – تحديد مجتمع الدراسة. – تحديد عينة الدراسة.– تحديد المقاربة العلمية. تفريغ استمارات تحليل المحتوى. – تحليل وتفسير البيانات.– وضع النتائج.

5/المنهج المقارن :

تعريفه :

هو منهج متعدد الأدوات يستخدم في مجالات الوصف والتفسير والتحليل لكن وفق حاجات الدراسة المقارنة ، من خلال اختيار مشكلات أو ظواهر تصلح للمقارنة في بيئتها أو بيئة أخرى أو فترات زمنية مختلفة .

- **من المجالات الرئيسية التي تخضع للبحث المقارن:**

- دراسة أوجه التشابه والاختلاف بين الأنماط الرئيسية للسلوك (السلوك الاتصالي) مثل عادات وأنماط المشاهدة للتلفزة الوطنية دراسة مقارنة بين التعرض في شهر رمضان وباقي الفترات العادية.
- دراسة النماذج المختلفة بين التنظيمات مثل السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية التابعة للملكية العمومية والسياسة التحريرية التابعة للقطاع الخاص.
- تحليل نظم الحياة في المجتمعات وفقا للتوجهات الثقافية السائدة فيها مثل حرية الممارسة الإعلامية في بيئة ديمقراطية (فرنسا) وبيئة غير ديمقراطية(الجزائر).

أنواع المقارنات:

- **المقارنة التاريخية** : مقارنة الظاهرة في تواريخ مختلفة لمعرفة التطورات التي تحدث عليها مثل المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب قبل وبعد تفجيرات سبتمبر **2001** أو ثقافة الطفل في عصر الكتاب وعصر الانترنت.
- **المقارنة المكانية** : مقارنة الظاهرة في مكان معين بمثيل لها في مكان آخر مثل صحافة الاستقصاء(التحقيقات) في الجزائر ومصر أو تصميم الرسالة الإشهارية في الجزائر وتصميمها في فرنسا.
- **مقارنة زمكانية** : تضم المكان والتاريخ.

مثال تطبيقي:

الموضوع : المعالجة الإعلامية للشؤون الثقافية في الصحافة الجزائرية

- دراسة تحليلية مقارنة بين جريدتي الشروق والنهار-

التساؤل : كيف عالجت جريدة الشروق الشؤون الثقافية مقارنة بجريدة النهار من حيث الشكل والمضمون؟

هنا يستخدم هذا المنهج لإجراء مقارنة بين طرق معالجة الجريدتين لنفس الظاهرة وهي الشؤون الثقافية ، من خلال تحليل مضمون الجريدتين كالتالي:

1/ تحديد وجدات التحليل : تمثلت في وحدة المساحة ووحدة الفكرة.

2/ تحديد فئات التحليل :

فئات ماذا قيل : وتشمل ما يلي :

فئة الموضوع : الأنشطة الثقافية – الإنتاج الثقافي الأدبي والفني– القضايا الفكرية الثقافية المعاصرة – نماذج ثقافية لشخصيات معروفة فنيا وأدبيا – النقد الأدبي والفكري– الفنون التشكيلية – سينما وتلفزيون – أثار.

فئة المصدر: تتمثل في الكتاب – المندوب الصحفي – وكالة الأنباء الجزائرية – وكالة أنباء أجنبية – بدون مصدر

فئة الاتجاه : وتشمل اتجاه ايجابي – سلبي – محايد.

فئة أسلوب المضمون : ويشمل الأسلوب الإخباري – الأسلوب السردي – التحليلي – الحواري.

فئة مكان الحدث الثقافي : محلي– إقليمي – دولي.

فئة الشخصيات الفاعلة : أدباء – مفكرين– فنانين – نقاد – كتاب – باحثين – شخصيات أخرى.

فئة الجمهور المستهدف : عامة الناس – النخبة.

فئات كيف قيل:

فئة المساحة الخاصة بالموضوع.

فئة القوالب الصحفية : خبر– تقرير– تحقيق – عمود – مقال – تعليق – ريبورتاج – صورة كاريكاتورية.

فئة الموقع : يمين – يسار– أعلى – أسفل.

فئة العناصر التيبوغرافية : وتشمل:

الصور : صورة حية – أرشيف – صورة رمزية – بدون صورة.

الألوان : بألوان– دون ألوان.

العناوين: عنوان كبير– متوسط – صغير.

فئة اللغة المستخدمة : عربية فصحى – عربية محلية – فرنسية – أمازيغية – لغة مختلطة.

بعد تحديد الفئات يمكن إجراء المقارنة من حيث :

- ✓ حجم المساحة التي تعطيها جريدة الشروق لمواضيع الثقافة مقارنة بجريدة النهار.
- ✓ نوع المواضيع التي تهتم بها جريدة الشروق مقارنة بالمواضيع التي تهتم بها جريدة النهار.
- ✓ نوعية المصادر التي تعتمد عليها الجريدتين.
- ✓ نوع الاتجاه المتبنى من طرف الجريدتين.
- ✓ المجال المكاني للحدث الثقافي في الجريدتين.
- ✓ الأشكال الصحفية التي تعتمدها كل من الجريدتين.
- ✓ مدى اعتماد كل جريدة على الصور والألوان في معالجة الشؤون الثقافية.
- ✓ نوعية العناوين المعتمد عليها.
- ✓ اللغة المستخدمة في كل من الجريدتين.
- ✓ نوعية الشخصيات المستخدمة في المضامين الثقافية في كل من الجريدتين.

في الأخير نخلص إلى مجموعة من الفروق وأوجه التشابه الخاصة بالجانب الشكلي والموضوعي بين الجريدتين.

6/ المنهج التجريبي :

يعتبر التجريب في العلوم الإنسانية بصفة عامة من بين القضايا المنهجية التي اهتم بها الكثير من العلماء سواء في الماضي أو في الحاضر ، نظرا لما له من دور حاسم وأساسي في التحقق من الفرضية أو الفروض ، حيث به نستطيع إثبات صحة الفرضية أو الفروض ، وبالتالي نصل إلى مبدأ التعميم.

إذا كان الحال عكس ذلك ، أي دحضت الفرضية من طرف الباحث فيأتي بفرضية أو بفرضيات أخرى عليها أن تتماشى مع الواقع المعيشي وتفسر الظواهر بذلك تفسيرا علميا".

تستخدم هذه الآلية المنهجية عندما يريد الباحث اختبار فرضيات سببية والتعرف على مدى صحتها في المجال الميداني التجريبي.

ويعرف بأنه " طريق يتبعه الباحث لتحديد مختلف الظروف والمتغيرات التي تخص ظاهرة ما والسيطرة عليها ، يعتمد عليه عند دراسة المتغيرات الخاصة بالظاهرة محل البحث بغرض التوصل للعلاقات السببية التي تربط بين المتغيرات المستقلة والتابعة ".

نلاحظ من هذه التعاريف أن الباحث يتحكم في العملية البحثية من أولها إلى آخرها، أي أنه يتحكم في المتغير أو المتغيرات المستقلة ويغيرها متى شاء وكيفما شاء ليرى ما ينتج عنها في الظاهرة المراد دراستها – المتغير التابع – وبهذا يصل إلى معرفة العوامل التي إذا اجتمعت تؤدي إلى حدوثها ليخرج في النهاية بنظرية أو قانون.

وجملة القول أن التجريب هو التفرغ للبحث انطلاقا من أفكار معينة حول الظاهرة المراد دراستها للتأكد من صحة تلك الأفكار – الفروض – أو عدم صحتها .

خطواته النظرية :

- ✓ التعرف على المشكلة وتحديدها.
- ✓ صياغة التساؤلات والفرضيات.
- ✓ اختيار عينة من المفحوصين لتمثل مجتمعاً معيناً.
- ✓ تصنيف المبحوثين في مجموعات أو المزواجة بينهم لضمان التجانس.
- ✓ التعرف على العوامل غير التجريبية وضبطها.
- ✓ اختيار أو تصميم الوسائل اللازمة لقياس نتائج التجربة والتأكد من صدقها.
- ✓ إجراء اختبارات استطلاعية لاستكمال نواحي القصور في الوسائل أو التصميم التجريبي.
- ✓ تحديد مكان إجراء التجربة، ووقت إجرائها، والمدة التي تستغرقها.
- ✓ إجراء التجربة.
- ✓ تنظيم البيانات واختصارها.

خطوات تطبيق المنهج التجريبي في العلوم الإنسانية :

يوضح أحمد عبد الله اللحلح ومصطفي محمود أبو بكر خطوات تطبيق المنهج التجريبي في البحوث الإنسانية من خلال الخطوات الرئيسية التالية :

1- تحديد المجموعات التجريبية والأخرى الضابطة.

2-تحديد المتغيرات التي يستهدف دراسة العلاقات السببية بينها وبين نتائج ترتبط بالظاهرة أو المشكلة.

3-إدخال المتغيرات الإختبارية على المجموعة التجريبية.

4-الإبقاء على المجموعة الضابطة تحت الظروف العادية لبيئتها الحالية.

5–مقارنة سلوك الظاهرة من خلال دراسة الفروق بين المجموعتين التجريبيتين والضابطة.

6– دراسة العلاقة السببية بين إدخال المتغيرات المستقلة وما يرتبط بها من تأثيرات على المتغيرات التابعة ونتائج ذلك على خصائص الظاهرة أو المشكلة مجال الدراسة.

* **أنواع التجريب في العلوم الإنسانية** : هناك العديد من التصنيفات وأنماط النماذج التجريبية سنحاول أن نتطرق لأهم هذه الأنماط والتجارب :

1– التجربة البعدية : تسمى بعدية لأن القياس على مجموعتين (المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة) يتم بعد إدخال المتغير المستقل – العامل التجريبي – ويشترط في تكوين الجماعتين أن تكونا متكافئتين من حيث مجموعة من المتغيرات ، المستوى الثقافي ، الاقتصادي ، السن ، الجنس ... الخ.

2– التجربة القبلية البعدية : تصمم هذه التجربة على أساس جماعة واحدة كجماعة تجريبية وكجماعة ضابطة في آن واحد ، حيث يجري اختبار قبلي وذلك قبل إدخال المتغير المستقل.

ثم يستخدم المتغير المستقل على النحو الذي يحدده الباحث ويضبطه ويهدف هذا الاستخدام إلى إحداث تغيرات معينة في المتغير التابع يمكن ملاحظتها وقياسها.

بعدها يجرى اختبار بعدي لقياس تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع فعند الانتهاء من الاختبار يحسب الفرق بين القياسين ، أي القبلي والبعدي ثم تختبر دلالة هذا الفرق إحصائيا.

3- التجربة القبلية البعدية باستخدام جماعة ضابطة : تحتوي هذه التجربة على مجموعتين إحداهما تجريبية والأخرى ضابطة ، يقوم الباحث بقياس آراء أو اتجاهات أو سلوكيات الجماعتين معا قبل إدخال المتغير السببي على المجموعة التجريبية ، ثم بعد ذلك يدخل المتغير السببي (المستقل) على المجموعة التجريبية وتبقى الأخرى شاهدة. وبعد مرور مدة معينة يعيد مرة ثانية قياس آراء أو اتجاهات أو سلوكات الجماعتين، تم يقارن بين النتائج التي يحصل عليها والفروق الموجودة بين القياسين أو بين الجماعتين تثبت لنا أو تنفي صحة الفرض.

4- طريقة القياس لأكثر من مجموعة تجريبية مع مجموعة ضابطة : في الدراسات الاجتماعية يلجأ الباحث إلى استخدام المقارنة بين تأثير أكثر من متغير تجريبي في متغير تابع واحد، ولذا يستعمل في هذه الحالة مجموعتين تجريبيتين ، يقوم أولا بتعريض المجموعة الأولي للمتغير التجريبي (الأول) بينما تعرض المجموعة الثانية (للمتغير التجريبي الثاني) وتكون المجموعة الثالثة هي المجموعة الضابطة عموما يمكن في هذا التصميم استعمال أساليب القياس التالية كدراسة مجموعتين تجريبيتين ومجموعة ضابطة:

1. القياس القبلي للمجموعة الضابطة والقياس البعدي للمجموعتين التجريبيتين.
2. القياس البعدي في كل من المجموعتين التجريبيتين والمجموعة الضابطة.
3. القياس القبلي: البعدي للمجموعات كافة (التجريبيتين والضابطة).

مثال تطبيقي 1:

الموضوع :

الومضة الاشهارية وتأثيرها في السلوك الاستهلاكي للطفل.

الخطوات المتبعة في إجراء تجربة البحث :

قامت الباحثة بتصميم خطوات التجربة وهذا طبعا تبعا لخصائص كل من البحث وكذا العينة فكان التصميم التالي :

1- تم اختيار إشهار من مجموعة الاشهارات المختارة في العينة وهو إشهار بسكويت START ثم اختيار إشهار ثان من مجموعة الاشهارات التي سجلت خلال الدورة التليفزيونية بحيث أن : الإشهار الأول يعتمد على موقف أسري ، والإشهار الثاني يقدم المنتوج بدون الاعتماد على متغير الأسرة وهو إشهار Major إضافة إلى اختيار نوع ثالث من البسكويت موجود في السوق وغير موجود في الاشهارات ومشابه لهما في التغليف يستعمل في هذه الدراسة وهو بسكويت "ميخور".
2- استخدمت الباحثة أسلوبا قياسيا يعتمد على القياس القبلي والبعدي مع تكوين مجموعتين تجريبيتين ومجموعة ضابطة هذا طبعا لوجود متغيرين تجريبيين.
3- اختيار ثلاث مجموعات من القسم التحضيري قسموا كالتالي :
   - مجموعة ضابطة تتكون من 25 تلميذ (ض).
   - مجموعة تجريبية أولى (ت1) تتكون من 25 تلميذ.
   - مجموعة تجريبية ثانية (ت2) تتكون من 25 تلميذ.

4-قد روعي عند تكوين المجموعات أن يكون نصفها ذكورا ونصفها الآخر إناثا تقريبا.

5-في الاختبار القبلي جرى اصطحاب أطفال المجموعات الثلاث بشكل منفصل إلى غرفة فيها منضدتين وجه الذكور إلى إحداها والإناث إلى الأخرى، أين عرض على كل منضدة 25 علبة بسكويت من كل الأصناف الثلاثة (بسكويت START وبسكويت ماجور وبسكويت ميخور) ، وقد دعي كل طفل وطفلة لأخذ منتوج واحد فقط من الأصناف الثلاثة الموجودة حسب اختياره ، ثم جرى حصر عدد المنتوجات التي سحبها الأطفال من كل منتوج.

6-بعد مرور أسبوعين قمنا بإجراء القياس البعدي ، وقد تم ترك فترة زمنية بين القياس القبلي والبعدي لتفادي عيب التفاعل بين قياس قبل التجربة وبعد التجربة".

7- عند القياس البعدي قامت الباحثة باصطحاب تلاميذ المجموعات الثلاث بشكل منفصل إلى غرفة زودت بجهاز تلفزيون وجهاز فيديو حيث:

1 . عرض على المجموعة الضابطة (ض) شريط به أفلام رسوم متحركة فقط مدته نصف ساعة ، ثم دعي بعدها الأطفال إلى غرفة مجاورة بها منضدتان عرض عليهما الأصناف الثلاثة من علب البسكويت (25 علبة من كل نوع من الأنواع الثلاثة التالية: بسكويت START ، بسكويت MJOR ، بسكويت MEKHOR ميخور) وهي كلها أصناف تباع بنفس السعر، ومتقاربة الشكل تقريبا (من حيث الغلاف).

ثم دعي كل طفل وطفلة لأخذ علبة واحد فقط من كل صنف من الأصناف الثلاثة حسب اختياره ، ثم جرى حصر عدد العلب التي سحبها الأطفال من كل صنف.

8- جرى اصطحاب أطفال المجموعة التجريبية الأولى (ت 1) إلى نفس الغرفة الأولى، حيث عرض عليهم نفس فيلم الرسوم المتحركة إلا أن الشريط الذي عرض عليهم، قد تضمن إشهار عن الصنف الأول بسكويت START والصنف الثاني بسكويت ماجور MAJOR ولكن تم عرضه في منتصف العرض فقط ثم دعي الأطفال للغرفة الثانية حيث طبق عليهم ذات الأسلوب.

9- جرى اصطحاب أطفال المجموعة التجريبية الثانية (ت2) إلى نفس الغرفة الأولى، حيث عرض عليهم نفس فيلم الرسوم المتحركة إلا أن الشريط قد تضمن في أوله ووسطه وآخره نفس الإشهار الذي عرض على المجموعة التجريبية (ت1). بعد انتهاء العرض طبق عليهم نفس الإجراء الذي تم بالنسبة للمجموعة الضابطة (ض).

على هذا الأساس فإننا نحصل على ثلاثة مجموعات كالتالي:

1- المجموعة الضابطة (ض) شملت 25 طفلا لم يعرض عليها أي الإشهار.

2- مجموعة تجريبية أولى (ت1) شملت 25 طفلا عرض عليها شريط إشهار حول نوعين مختلفين من البسكويت ولكن تم تقديمه مرة واحدة فقط.

3- مجموعة تجريبية ثانية (ت2) ضمت 25 طفلا عرض عليها نفس شريط الإشهار الذي عرض على المجموعة التجريبية الأولى ولكن تم تكرار بث هذا الشريط ثلاث مرات.

مثال تطبيقي 2:

الموضوع:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.

دراسة تجريبية على عينة من طلبة قسم الإعلام بجامعة جيجل.

الخطوات:

- المتغير المستقل : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- المتغير التابع : تعزيز الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.

1- ضبط مشكلة الدراسة والتساؤلات والفرضيات.

2- ضبط مفاهيم الدراسة.

3- ضبط الدراسات السابقة.

4-تحديد نوع المنهج .

4-1. تحديد نوع التصميمات التجريبية المناسبة. (نركز على طرق المجموعة الواحدة).

4-2. تحديد عينة من طلبة الإعلام بجامعة جيجل.

4-3. نعرض هذه المجموعة لاختبار قبل إجراء التجربة ، (قبل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي).

- نقوم بتوزيع استمارات الاستبيان على عينة الدراسة ، لمعرفة مستوى الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.
- نسجل النتائج المتحصل عليها من خلال الاختبار الأول، قبل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

4-4. نعرض المجموعة نفسها لاختبار بعد إجراء التجربة (بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي).

- نسجل النتائج المتحصل عليها من خلال الاختبار الثاني ، بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة مدى مساهمة هذه المواقع في تعزيز الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.

4-5. قياس الفرق بين نتائج المجموعتين في كلتا الحالتين.

7/ المنهج السيميولوجي.

يستعمل المنهج السيميولوجي أو السيميائي في الدراسات التي تركز على سيمياء الاتصال المختلفة : سيمياء الصورة – سيمياء المعنى – سيمياء الإشهار.

ويمكن تعريفه على أنه " المنهج الذي يقوم على الدراسة العلمية للرموز اللغوية وغير اللغوية باعتبارها أدوات اتصال" ويقوم على :

- دراسة كيفية استخدام العلامات والرموز كوسائل اتصال في اللغة.
- دراسة العلاقة بين الرمز وما يدل عليه.
- دراسة الرموز في علاقاتها مع بعض.

ولتوضيح ذلك نعتمد المقاربات الأكثر استخداما في التحليل السيميولوجي " **مقاربة رولان بارث** " **وتقوم على ثلاث مراحل :**

- الدراسة الشكلية : ويقصد بها شكل الرمز (الصورة) والمدونة الهندسية ، اللونية والدراسة التيبوغرافية (حجم البنط – قياس السطر– نوع البنط...)
- الدراسة التأويلية أو التضمينية : ماذا تقول الصورة ؟ وهو التضمين من خلال القراءة السيميائية للصورة بمعنى ماذا تقول الصورة وما هي المعاني المراد إيصالها.
- الدراسة الألسنية : دراسة الإرسالية اللغوية في علاقتها بالصورة بمعنى تشرح وظيفة وعلاقة النص بالصورة.

ويستعمل المنهج السيميولوجي في علوم الإعلام والاتصال في مواضيع خاصة بالصور الكاريكاتورية ، الإعلانات الصحفية والتلفزيونية ، القيم في الأفلام والدراما السينمائية ، صورة ديانة أو مجتمع في السينما الغربية ... وغيرها من المحاور التي يمكن تطبيق هذا المنهج عليها.

مثال تطبيقي:

صورة الانتخابات التشريعية في مواقع التواصل الاجتماعي- دراسة سيميولوجية للصورة الكاريكاتورية -



الصورة1:

- هي صورة لقارورة غاز بمثابة صندوق انتخابات وفيها ظرف خاص بصوت انتخابي.

- تعتمد الصورة في تحليلها على البعد الوصفي أو التعييني والبعد التأويلي أو التضميني.

1/ البعد الوصفي : الصورة عبارة عن قارورة غاز مصممة على هيئة صندوق اقتراع مكتوب عليها جملة تعريفية les élections de mai 2012 وهذه الجملة تسمح

بإعطاء فكرة عن الموضوع عموما الذي يتحدث عن الانتخابات في الجزائر التي لا تأتي بأي فائدة على الشعب الجزائري في جانبه الاجتماعي والاقتصادي.

2/ البعد التأويلي : تحمل الصورة دلالات عديدة في حياة الفرد الجزائري نظرا لارتباطها بأحد أكبر الأحداث في الجزائر أهمها :

صورة المعاناة : تنقل الصورة صورة الفرد في المجتمع الجزائري فقارورة الغاز تعبر عن صعوبة الواقع المعيشي في الجزائر إذ أنه وفي وقتنا الحالي مازالت أغلبية العائلات تستعمل قارورات الغاز.

وقد تم ربط الانتخابات بقارورة الغاز كرمز من رموز المعاناة للدلالة على ما يصبو إليه الشعب الجزائري من خلال أدائه لواجبه الانتخابي وهو إصلاح شؤونه وتوفير له إمكانيات العيش المريح وهذا العمل المطلوب من المنتخبين في السلطة.

التطبيق (01):

إليك المناهج الآتية:

- تحليل المحتوى.

- المنهج الوصفي.

- منهج دراسة الحالة.

المطلوب:

- حدد ثلاثة مواضيع تصلح أن نطبق عليها هذه المناهج.

التطبيق (02) : إليك المفاهيم الآتية:

تاريخ الصحافة الجزائرية - استخدام شبكات التواصل الاجتماعي - صورة الطفل- المعالجة الإعلامية لظاهرة العنف- علاقة الصحافة الإلكترونية بالصحافة الورقية.

المطلوب:

1- صغ ستة مواضيع علمية في علوم الاتصال والإعلام بشرط يجب أن يحتوى كل موضوع على مفهوم واحد من المفاهيم المذكورة أعلاه.

2- حدد نوع المناهج التي تصلح لدراسة هذه المواضيع العلمية.

3- حدد نوعية الأدوات المناسبة لجمع البيانات.

المراجع

1- عمار بوحوش : دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية ، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر.

2-مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ط1، مؤسسة الوراق ، الأردن،2000.

3- علي معمر عبد المؤمن : مناهج البحث في العلوم الاجتماعية " الأساليب والتقنيات "، ط1، منشورات جامعة 7 أكتوبر، ليبيا ، 2008.

4-محمد عبد العزيز الحيزان : البحوث الإعلامية " أسسها أساليبها مجالاتها، ط2، الرياض ،2004.

5-شيماء ذو الفقار زغيب : مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية ، ط1 ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ،2009 .

6- عبود عبد الله العسكري: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ط2 ، دار المميز، دمشق ،2004.

7- عبد الجواد بكر: المنهج المقارن " بحوث ودراسات" ، ط2، دار الوفاء للطباعة والنشر،200.

8-مادلين غرا وينز: مناهج العلوم الاجتماعية ، تر سام عمار، ط1، المركز العربي للتأليف والنشر، دمشق،1993.

9-رجاء وحيد دويدري : البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية ، ط1، المطبعة العلمية ، دمشق،2000.

10- محمد عبد الحميد : البحث في الدراسات الاعلامية عالم الكتب، القاهرة 2000.

11- هادي عبد الله العيتاوي : دلالة الصورة في الإعلام الرياضي" مقاربة سيميائية"، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد 24-25، بغداد ، الأردن.

12- فايزة يخلف : منهج التحليل السيميائي ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر ،2012.

13- سميرة سطوطاح: الإشهار والطفل دراسة تحليلية للأنماط الاتصالية داخل الأسرة الجزائرية من خلال الومضة الإشهارية وتأثيرها على السلوك الإستهلاكي للطفل ، رسالة دكتوراه ، قسم الإعلام والاتصال ، جامعة باجي مختار عنابة ، الجزائر ، 2010/2009.

الفصل الخامس
توجيهات تقنية حول كيفية إعداد البحث العلمي

أولا : كيفية عرض الجانب النظري (توجيهات ونصائح)

لا يولي الكثير من الباحثين والمشتغلين في حقل البحث العلمي عموما وعلوم الإعلام والاتصال أهمية بالغة للجانب النظري ، إذ ينظرون إليه على أنه طريقة لتضخيم عدد صفحات البحث وإدراج ميكانيكي فقط بينما الأهمية العلمية للجانب النظري تكمن في الإضافة التي يقدمها الباحث انطلاقا من موضوع بحثه من خلال التفسير والتعقيب والشرح لمختلف الأفكار السابقة التي تقترب من موضوع بحثه مع تقديمها في ثوب معرفي جديد يمزج بين جدة الطرح مقارنة بما سبق وخصوصية الدراسة زمكانيا ، حيث يتم عرض الجانب النظري والذي يعتبر هيكل الدراسة ومضمونها ويعد المادة الأساسية التي يطلع عليها الباحثين ويعتمدونها، فهي أساس شرح وتوضيح وتدقيق المفاهيم الواردة في الإشكالية ، والجانب النظري جزء لا يمكن الاستغناء عنه لأنه الجزء الذي من خلالها يمكن الربط بين متغيرات البحث والخروج بالعناصر المكونة لفصول البحث العلمي ومحاوره الأساسية.

وفي هذا الصدد يرى الباحث " غني ناصر حسين القريشي " أن هناك شروط ينبغي أن تتوفر أثناء عرض الجانب النظري وهي:

- الإطار النظري يجب أن يناسب المشكلة البحثية.
- وأن يزود الباحث بكل المصطلحات التي تصف الظاهرة ، وتحللها ، وأن يكون على قدر من الاتساع بحيث يغطي الظاهرة ومتطلبات معالجتها في كافة مراحل العملية البحثية.

– أن يتحلى بالأمانة العلمية في دقة نقل النص عن الغير[1].

وفي ذات السياق يرى الأستاذ "أحمد بن مرسلي" أن النظام الميسر والحديث لعرض الجانب النظري هو نظام الفصول ، حيث يقول" تحول الباحثون في عصرنا الحالي إلى العمل بنظام الفصل ، الذي يقوم كما نعلم على توزيع الباحث لخطة عمله مباشرة إلى فصول ، تتطابق عدديا في سهولة تامة مع طبيعة الدراسة." [2]

مثال تطبيقي :

عنوان الدراسة : دور الصحافة الإلكترونية في الحفاظ على الهوية الوطنية.

- **دراسة تحليلية لموقع سبق برس**

بالنسبة للجانب النظري : يتم استخراج أبعاد ومؤشرات المتغير المستقل الخاص بالصحافة الإلكترونية ؛ منحيث الماهية والأنواع والخصائص ، مع التأكيد على ضرورة وجود انسجام بينها وبين أهداف الدراسة وتساؤلاتها قبل ذلك ، ثم تطبيق المراحل نفسها على المتغير التابع ونقصد بالقول هنا الهوية الوطنية ، ويختتم عرض الجانب النظري بالمفاهيم الجوهرية في عنوان الدراسة ، وفي هذه الدراسة يتم اعتماد موقع "سبق برس" كأحد هذه المفاهيم الجوهرية مع الحرص على الربط بين المتغيرين من جهة وموقع "سبق برس" من جهة أخرى.

---

[1] غني ناصر حسين القريشي، الإطار النظري للبحث، محاضرة، قسم علم الاجتماع، جامعة بابل، مقال متاح على:www.uobabylon.edu.iq تم الاطلاع على المقال يوم 2018/3/1 عل الساعة 22:05.

[2]– أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، جامعة الجزائر، 2010، ص:127.

ثانيا: كيفية تحليل البيانات وتفسيرها:

يختلف المدلول كلمة " تحليل" عن كلمة " تفسير" في أدبيات المنهجية بشكل كبير جدا ، فالتحليل يعتبر أول مرحلة بعد استخلاص النتائج إذ يقوم على استخراج مجموع الأجزاء المكونة للظاهرة المدروسة في شكل أبعاد ومؤشرات التي تم قياسها منهجيا وعلميا في موضوع البحث.

بينما التفسير يأتي كمرحلة تابعة بعد التحليل ويقوم إبراز العلاقة بين أسباب ونتائج الظاهرة المدروسة ، وذلك على النتائج وإيجاد الجذور العلمية والمنطقية للنتائج ، ويكون ذلك بالتعمق في النتائج ومعرفة أسبابها وماهيتها والاستدلال بالدراسات السابقة التي تخدم الموضوع منهجيا.

1. التحليل

إن تحليل بيانات الدراسة وطريق التعامل العلمي معها يعود بالدرجة الأولى إلى طبيعة البيانات من حيث الكم والكيف ، كما يعود إلى طبيعة الأسلوب المتبع في الدراسة إن كان تحليل وصفي أم تحليلي عاملي أو تحليل إحصائي.

بالنسبة للبحوث الكمية يكون ذلك بفهم أعمق للنتائج واستنطاقها وفق أبعادها المجردة ومؤشراتها المجسدة ، بينما في التحليل الكيفي فيكون ذلك بالتأويل الذي يعود إلى الأدبيات التي تصب في نفس التعاطي المنهجي والموضوعاتي للبحث وكذا الانتماء المعرفي للباحث ونظرته العلمية الخاصة للموضوع المدروس ، بينما التحليل الوصفي فهو يعتمد بشكل تام على الوصف لمختلف مميزات الظاهرة وتغيرها وفق للعوامل المحيطة بها تأثيرا وتأثرا ، ويركز التحليل العاملين والإحصائي على إيجاد العلاقات الترابطية والسببية بين متغيرات الدراسة بهدف الربط بينها علميا ويتم من خلال ما

يصطلح عليه في الأدبيات الإحصائية بمعاملات الارتباط مثل: بيرسون، سبيرمان، فاي، ...الخ.

مثال تطبيقي:

الظروف السيكو-اقتصادية وأداء الصحفيين الجزائريين.

دراسة تحليلية على عينة من صحفيي ولاية باتنة.

في هذا المثال يركز الباحث صاحب المذكرة أو الأطروحة على الربط بين الظروف النفسية والاقتصادية التي يعيشها الصحفي ويحاول الإحاطة بكل العوامل النفسية والاقتصادية التي يحتاجها في بحثه تبعا لإشكالية الدراسة ، تساؤلاتها ، فرضياتها وأهدافها ، وبعدها يشير إلى أداء الصحفي كمفهوم إجرائي له أبعاد ومؤشراته الخاصة أيضا.

2. التفسير

بعد تحليل النتائج تأتي العملية اللاحقة وهي التفسير ، حيث تتم الإشارة إلى العلاقة التي تجمع متغيرات الدراسة بعضها بعضا ، بصرف النظر عن طبيعة العلاقة طردية كانت أو عكسية ، بالإضافة إلى إبراز حجم ودرجة الترابط أو التأثير ، ويمكن الاستعانة بمختلف التخصصات المتداخلة لتفسير الظاهرة فمثلا في دراسات تحليل المحتوى وفي فئة الموقع يمكن توظيف الدراسات السيميولوجية لتفسير هذه الفئة.

مثال تطبيقي:

المعالجة الإعلامية لقضايا العنف الرياضي بالصحف الرياضية الجزائرية. دراسة تحليلية لعينة من أعداد جريدة الهداف سنتي 2018/2017.

بعد تفريغ نتائج تحليل المحتوى وعند الوصول إلى فئة تموقع أخبار العنف الرياضي في جريدة الهداف الجزائرية ، نأتي بالدراسات السيميولوجية للمواضيع الثابتة حيث تشير هذه الدراسات أن العين تتجه مباشرة إلى أعلى اليسار ثم أعلى اليمين وبعدها أسفل اليسار ثم أسفل اليمين بشكل حرف Z وهنا تفسر المواضيع الواقعة أعلى اليسار على أساس أنهى تحظى بأهمية كبيرة بالنسبة للهيئة التحريرية بجريدة الهداف الجزائرية، وإضافة شروحات بأمثلة ميدانية من المادة التحليلية (محتويات جريدة الهداف).

ثالثا : كيفية كتابة التقرير النهائي للبحث :

قبل البدء في عرض كيفية كتابة التقرير النهائي للبحث لابد من وضع تعريف لتقرير البحث والذي يعرف على أنه " بمثابة وثيقة اتصالية يقدمها الباحث عن عمل تعهده وأتمه للأشخاص المهتمين يشرح فيه كل مراحل الدراسة منذ كانت فكرة حتى صارت نتائج".[1]

---

[1] – محمد منير حجاب ، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية ، جامعة جنوب الوادي ، دار الفجر ، 2000، ص:10.

فتقرير البحث هو عبارة عن وصف لمجهودات الباحث ووضعها في سياق منهج علمي، وتكون كتابة التقرير النهائي للبحث على النحو الآتي:

- **مقدمة البحث** : وهي تتضمن صفحة عنوان البحث والذي يدون فيها المعلومات الأساسية للبحث بداية بعنوان البحث ، ثم الدرجة العلمية التي يرغب في تحصيلها ويكتب اسم الدولة والجامعة والقسم الذي يدرس فيه وفي أعلى صفحة يكتب عنوان البحث بالإضافة إلى اسم الباحث واسم المشرف ودرجته العلمية.
- **ملخص البحث** : يتعرض فيه الباحث إلى تقديم أسباب تعرضه لموضوع بحثه وتحديد الأهداف والأهمية بشكل موجز والمنهج الذي يتبعه وأهم النتائج الحاصلة بشكل مركز.
- **الشكر والتقدير** : وذلك بتقديم الشكر إلى كل من قدم يد العون بالنصائح والتوجيهات ، ويقدم الشكر إلى المشرف على بحثه والهيئة العلمية التي أتاحت له فرصة البحث.
- **تقديم خطة البحث** : وتندرج ضمنها تفاصيل البحث المقسم إلى فصول ، الفصل المنهجي وما يحتويه من طرح المشكلة العلمية ووضع الفرضيات ، والمنهج المتبع والأدوات المستخدمة ومجتمع الدراسة وعينته ثم وضع الفصل النظري والذي ينقسم إلى عدة فصول حسب طبيعة البحث ، والذي يمثل المتغيرات الأساسية للبحث والعلاقة التي تربط هذه المتغيرات ببعضها في شكل محاور ، ثم يأتي على الفصل الميداني أو التطبيقي للدراسة ويعرض فيه أهم النتائج التي توصل إليها، وبعد ذلك يعرض الفهرس والجداول والأشكال ، وأهم المراجع التي استعان بها.

❖ **كيفية كتابة المقدمة :**

تعددت طرق كتابة المقدمة بين مختلف المدارس المنهجية وتعتبر مقدمة البحث هي الواجهة الرئيسية التي يقوم فيها الباحث بالتعرض إلى متغيرات البحث من أجل إعطاء صورة عامة يجذب بها القراء والباحثين حيث يقوم بالتلميح إلى أهمية دراسة ومعالجة متغيراته ، وبروزها ضمن المجتمع إلى حد الحاجة الملحة إلى البحث والتقصي ، والمقدمة هي " آخر ما يكتب في البحث وهي ضرورية جدا للبحث فهي التي تهيئ القارئ للتفاعل مع البحث إذ أنها تعتبر المدخل الحقيقي والبوابة الرئيسية له، ويجب أن تعطي للباحثين الآخرين تصورا عن البحث في وقت قصير ، فهي محصلة البحث وتوجهاته " ومن خلال هذا التعريف يمكن أن نستنتج أن القصد من إعطاء الباحثين الآخرين تصورا عن البحث في مدة قصيرة ، وهذا يعني التعرض إلى طريقة تقسيم البحث إلى أبواب أو اعتماد نظام الفصول حيث يعرض بإيجاز الفصل المنهجي والذي يحتوي على مجموعة من العناصر أهمها الإشكالية الفرضيات أهداف البحث الدراسات السابقة والمنهج ، ثم الفصل النظري ويشير فيه إلى كيفية التقسيم وذلك حسب طبيعة البحث والعلاقة بين المتغيرات ثم ينتقل إلى الفصل الميداني وهو الإطار التطبيقي يشير فيه إلى تحليل البيانات والتعليق عليها وتفسيرها وكل هذا يتم بشكل موجز، ولا يتم ذلك بصورة متقنة إلا بعد انجاز البحث كاملا ثم الشروع في كتابة المقدمة.

❖ **كيفية كتابة خاتمة البحث :**

إن خاتمة البحث تعد الحلقة النهائية التي ينبغي أن تتوفر في كل بحث علمي محكم وهي بمثابة خلاصة نهائية تظهر للقارئ الحالة التي وصل إليها البحث ولذلك فإن خاتمة البحث لابد أن تتوفر فيها جملة من الشروط ولعل أهمها عرض أهم النتائج المتوصل إليها بشكل مختصر وذكر مجموعة من التوصيات التي تفتح الباب أمام الباحثين من أجل العمل بها أو الانطلاق منها لصياغة إشكاليات بحوث جديدة ، وفي العادة نجد أن الخاتمة تبدأ بعبارة تدل على نهاية البحث مثل عبارة وفي الأخير، فالخاتمة " هي درة البحث العلمي وحصيلته ، وتكتب في ورقة مستقلة وتجسد الاستنتاجات النهائية التي توصل إليها الباحث ، وتتضمن الخاتمة تذكير بالمشكل الرئيسي المطروح ، تلخيص مركز لما ورد من استنتاجات أساسية وردت في خلاصة كلا الفصلين ... وإظهار مدى مساهمته العلمية وأخيرا تضم الخاتمة توصيات الدراسة وآفاقها."[1]

❖ **كيفية كتابة ملخص الدراسة:**

الملخص عبارة عن إيجاز للعمل البحثي في أهم النقاط حتى يتمكن الباحثين والمهتمين بقراءته في وقت قصير سيما الباحثين الذين يقومون بإعداد دراسات مشابهة، فعن طريق الملخص يدرك الباحثين الآخرين إذا كان للبحث علاقة مع دراستهم أم لا، والملخص " يقدم فيه الطالب صورة مختصرة عن أهداف البحث أي الغاية منه، ومنهجية العمل المتبعة والأدوات المستخدمة فيه ، وكذلك عرض النتائج

[1] – إبراهيم بختي ، المرجع السابق ، ص:34

التي يريد الباحث التوصل إليها، مع تذييله بالكلمات المفتاحية ، ولا يمكن أن يتجاوز طول الملخص 300 كلمة على الأكثر"

[1] كما يعتبر الملخص"هو أهم مكونات الرسالة، لأنه هو الذي سيظهر في النشرات المفهرسة لرسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه وفي شبكات الأنترنيت ، وهو آخر جزء يكتب من الرسالة ، بالرغم من أنه أول جزء يظهر مطبوعا من مكوناتها ".[2]

مثال تطبيقي:

الملخص : تسعى هذه الدراسة إلى إبراز العلاقة بين البراديغم السيبرنطيقي من جهة وعلوم الإعلام والاتصال من جهة أخرى ، عن طريق تطبيق المنهج النسقي المفتوح الخاص بالبراديغم السيبرنطيقي وأداة تحليل المحتوى المتعلقة بالمنشورات السيبرنطيقية، من أجل معرفة آلية مساهمة هذا البراديغم في الحقل الإعلامي.

حاولت الدراسة الوصول منهجيا إلى هذا المسعى المعرفي من خلال الإشارة إلى أهم المرتكزات المعرفية التي يدرسها البراديغم والمذكورة في فئات استمارة تحليل المحتوى الخاصة بالدراسة تتناسب والطابع النظري للدراسة وتتلاءم مع الوحدات والفئات التي تخدم موضوع البحث ، وتجيب عن تساؤلاته ولا تخرج عن السياق العام لأهدافه.

وخلصت الدراسة بعد تحليل محتوى ثلاث مناشير من مؤسسات قاعدة البيانات **cairn.info** ، وكذا الدراسة النظرية ، أن البراديغم السيبرنطيقي وعلى الرغم من

---

[1] – المرجع نفسه، ص:40

[2]– أحمد إبراهيم حضر، قواعد كتابة ملخص الرسالة، شبكة الألوكة، مقال متاح على: www.alukah.net

تم التصفح يوم 2018/3/2 على الساعة 21:05.

كونه براديغم مؤسس لعلوم الإعلام والاتصال ، إلا أنه لا يحظى بنفس الأهمية من الدراسة والتحليل العلمي ، وهو ما أثَّر بشكل سلبي على المواضيع التي يدرسها البراديغم في الحقل الإعلامي، ليس هذا فحسب بل تهميش لمؤسسي هذا البراديغم، انطلاقا من الجيل الأول ، مرورا بالجيل الثاني ، وصولا إلى الجيل الثالث ، كما أن المفاهيم والنماذج المقدمة في إطار هذا البراديغم كانت نسبتها ضعيفة جدا إذا ما قورنت بالطبيعة المكتبية للدراسة.

الكلمات المفتاحية : التأسيس النظري ، البراديغم السيبرنطيقي ، دراسة تحليلية ، مؤسسة كارن أنفو.

كما يجب عرض الملخص بلغة مختلفة عن لغة البحث ويذهب أغلب الباحثين إلى اعتماد اللغة الإنجليزية نظرا للبيئة العلمية التي تعرف بحثا أكثر باللغة الإنجليزية وهذا قصد تسهيل وصول الباحثين إلى موضوع البحث.

مثال تطبيقي:

This study concerned with the relationship between the cybernetic paradigm the one hand and science of information and communication on the other hand, by applying the method open systemic and content analysis tool related to cybernetic publication and this in order to know how this paradigm contribute in the media field.

In fact this study come to highlight the importance of this paradigm in media field , by referring to the most important points studied by this paradigm in a content analysis form study.

After three chain saws from the publisher cairn info institutions , content analysis , as well as theoritical study it became clear that the study of this paradigm and despite being a paradigm founder of the science of information and communication , but it does not have the same importance of the study and scientific analysis , which would impact negatively the subjects studied by this paradigm in media field, not only this , but the marginalization of the founders of this paradigm from the first generation , passing through the second generation right down to the third generation , also the concepts and models provided under the paradigm effected by this negligence which is obvious specially in the nature ofoffice studies.

Key words:

Theoretic establishment , cybernetic paradigm , analysis study , Cairn .info)

❖ **كيفية ترتيب عناصر البحث :**

يتم ترتيب عناصر البحث وفق بناء ذهني وترتيب تاريخي في إنجاز أي بحث علمي؛ فالشعور بموضوع البحث ومحاولة إيجاد الطرق المنهجية لحله يعبر عن أولى مراحل البحث وهو ما يعرف في أدبيات البحث العلمي بالجانب المنهجي أو الفصل المنهجي وفيه نجد (الجانب المنهجي : إشكالية الدراسة وتكون في شكل فقرات تشير إلى الموضوع العام للدراسة وتزيد في تخصيص الموضوع أكثر إلى غاية ختمه وتحديده وضبط في تساؤل رئيس ، التساؤلات الفرعية ؛ وتكون عبارة عن عدة أجزاء تشكل في مجموعها التساؤل العام للدارسة ، الفرضيات إن وُجدت وتكون إجابات مؤقتة للبحث وتخمينات ذكية منه يثبت لاحقا صدقها أو كذبها تبعا لمنهجية وإجراءات البحث، أسباب الدراسة وتعتبر من الدوافع التي ساهمت في اختيار وتشكل موضوع البحث من طرف الباحث ، ثم أهداف الدراسة وهي المساعي المنهجية والعلمية التي يريد الباحث الوصول إليها ، وبعدها الأهمية حيث يبرز الباحث الإضافة والفائدة العلمية التي قدمها بحثه ويفضل أن تصاغ بعد أن يتحصل الباحث على نتائج دراسته لتكون هذه الأهمية عملية وصادقة ، ثم يتم التطرق لتحديد مفاهيم الدراسة لغة واصطلاحا وإجرائيا، وفق المنظور العام للدراسة ، يليه تحديد مجال الدراسة الزماني والمكاني، ويختتم الجزء المنهجي بعرض الدراسات المقاربة والمشابهة وهنا يفضل عرضها وفق متغيري التاريخ أو الموضوع ، على سبيل المثال : في موضوع أثر العنف المتلفز في السلوك العدواني لدى الأطفال؛ يتم عرض آخر الدراسات المنجزة التي تحصل عليها الباحث ، ثم الدراسة التي أنجزت قبلها تاريخيا وهكذا ، بينما توجد طريقة ثانية وهي العرض حسب الموضوع مثلا دراسات اهتمت بالعنف المتلفز ودراسات اهتمت بالسلوك العدواني لدى الطفل) ، واختتام هذا الشق يكون بعرض

صعوبات الدراسة وتكمن أهمية هذا العنصر في إعطاء تصور عام للباحثين اللاحقين الذين يودون الاشتغال على نفس الموضوع بضرورة وضع هذه الصعوبات ضمن اهتماماتهم من أجل تفاديها ، وعدم تكرارها.

أما الجانب الثاني فهو الشق النظري للدراسة ويتم تقسيمه إلى شقين شق يتعلق بالأدبيات النظرية للدراسة المهتمة بمتغيرات البحث ، **مثلا** دور صحافة المواطن في تعزيز قيم المواطنة ، يتم تخصيص شق خاص بصحافة المواطن ، وآخر قيم المواطنة، مع إمكانية إضافة عنصر ثالث يشمل العلاقة بين متغيري إذا كانت الدراسة ارتباطية ، أو إذا كان عنصر وجب التطرق إليه نظريا.

بينما الشق الثاني هو المقاربة النظرية للدراسة وهذا العنصر يعتبر رابطا بين النظري والتطبيقي حيث يتم توصيف المقاربة النظرية للدراسة من خلال سنة التأسيس، المؤسس ، فروض الدراسة ، بينما الشق الثاني من المقاربة النظرية للدراسة وهو الإسقاط فيتم فيه سحب الفروض التي تخدم الدراسة وإتباعها بشيء من التحليل الشرح التطبيقي.

وختاما يتم عرض الشق التطبيقي للدراسة بداية بنوع الدراسة ثم مجتمع البحث ، وعينة الدراسة وشرح لنوع العينة وكيفية اختيارها مرفقة بمبرر علمي ومنهجي لذلك ، وكذا التطرق لمنهج الدراسة وأدواتها ، ثم الشروع في تطبيق الأداة توزيع الاستمارة بالنسبة لاستمارة الاستبيان وتحليل المحتوى بالنسبة لاستمارة تحليل المحتوى وهكذا ، وبعدها يتم عرض النتائج وتحليلها وتفسيرها ، ثم الخروج بالنتائج وكتابة الخاتمة بشكل يعطي معلومات عامة عن سيرورة البحث ، والتوصيات إن أمكن ، وإنهاء البحث بعرض الجداول ، والملاحق والمراجع وملخص الدراسة.

مثال تطبيقي لموضوع : دور الإذاعات المحلية في تشكيل الوعي البيئي.

– دراسة تحليلية لعينة من البرامج بإذاعة الأوراس باتنة –

في هذا الموضوع تكون خطة البحث بالشكل الآتي :

خطة الدراسة:

- **مقدمة**

❖ **الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة**

- مشكلة الدراسة.
- التساؤلات والفرضيات.
- أسباب اختيارالموضوع.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- تحديد مفاهيم الدراسة.
- مجالات الدراسة الزمكانية.
- الدراسات السابقة والمشابهة.
- صعوبات الدراسة.

❖ **الفصل الثاني: الجانب التوثيقي والمقاربة النظرية للدراسة.**

- أولا: الجانب التوثيقي إذاعة الأوراس باتنة.

- تعريفها.
- نشأتها.
- نشاطاتها.
- جمهورها.
- ثانيا: المقاربة النظرية للبنائية الوظيفية.
- توطئة.
- مفهوم البراديغم.
- نشأته.
- نماذجه ونظرياته.
- الجماعة العلمية للبراديغم.
- أجيال البراديغم.
- منهجه البراديغم.
- الإسقاط والمقاربة النظرية.
- ثالثا: الجوانب الإجرائية للدراسة وتحليل بياناتها.
- نوع الدراسة.
- منهج الدراسة وأدواتها.
- عينة الدراسة.

- الجوانب التحليلية للدراسة.
- نتائج الدراسة.
- نتائج تحليل المحتوى.
- نتائج حسب فرضيات.
- التوصيات.
- خاتمة.
- فهرس الأشكال.
- فهرس الجداول.
- قائمة المراجع.
- فهرس المحتويات.
- ملخص الدراسة.

رابعا: كيفية كتابة الملاحق والمراجع:

تختلف الكثير من المدارس المنهجية في طريقة كتابة المراجع والملاحق، غير أن مدرسة التحليل النفسي الأمريكية **(APA)** تعد الأشهر والأكثر اعتمادا سيما في مراكز البحوث المتقدمة والمجلات عالية معامل التأثير، وعليه سيتم التفصيل في هذه الطريقة.

بالنسبة للملاحق فإنه يُخصص لها جزء خاص بعد الخاتمة يتم إدراج جميع الملاحق والوثائق التي استندت إليها الدراسة مثل: (نموذج استمارة الاستبيان إذا كانت أداة

الموضوع استمارة استبيان، ونسخ عن تراخيص بالبحث والأماكن التي استقبلت الباحث، وكذا مخططات لمؤسسات، أو وثائق لمؤسسة إعلامية، أو إحصائيات لعدد الصحفيين بها ، .... الخ).

التوثيق في المتن:

❖ **مؤلف واحد:**

يتم ذكر لقب المؤلف وسنة التأليف والصفحة بين قوسين مثال: (حمدي،**2017**، ص، 23). وفي حال النقل من صفحتين (حمدي،**2017**، ص.ص ،**12–13**).

بالنسبة مؤلف أجنبي (ASHBY1957) أو الطريقة الثانية التي يتم فيها إضافة رقم الصفحة (**ASHBY**1957, p 17)

❖ **بالنسبة لمؤلفين:**

يتم ذكر لقبي الباحثين **مثال** (السيد، ومكاوي ،1998) أو (السيد، ومكاوي،1998، ص،56).

❖ **بالنسبة لأكثر من مؤلفين :**

يتم ذكر ألقاب جميع الباحثين في المرة الأولى فقط مثال: (معوض، الشنوفي، المنيس، عبد الجليل ، الملا ، الأنصاري وأحمد الرشيد ،2000، ص 366) ، لكن في المرات الموالية يتم ذكر لقب باحث واحد ويتبعها بكلمة وآخرون مثال (معوض وآخرون 2000، ص 120).

❖ **الاقتباس :**

إذا كان أكثر من 40 كلمة يكتب الاقتباس بخط مغاير أما إذا كان أقل من 40 كلمة يتم وضع السنة والصفة بين قوسين مع الإشارة إلى المؤلف بهذا الشكل : أشار تمار (2017، ص،23).

❖ **توثيق كتاب مترجم :**

يذكر تاريخ العمل الأصلي ثم تاريخ العمل المترجم مثال: يشير بريتشارد (2010، 2013).

❖ **توثيق أكثر من مرجع في المتن :**

في هذه الحالة يتم توثيقها حسب الترتيب الأبجدي للباحثين مثال: (أنجرس 2006، عبيدات 1999).

❖ **التوثيق في المراجع :**

الكتب :

بالنسبة لمؤلف

- يتم ذكر الاسم ، اللقب (السنة) عنوان الكتاب. بلد النشر: دار النشر.

مثال:

محمد الفاتح ، حمدي (2017). منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال ، الأردن: دار أسامة.

بالنسبة لمؤلفَين أو مجموعة مؤلفين

- اسم المؤلف الأول، لقبه و اسم المؤلف الثاني، لقبه (السنة). عنوان الكتاب. بلد النشر: دار النشر.

مثال:

- ليلى حسين، السيد وحسن عماد، مكاوي (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- إذا كان هناك مؤلف ثالث يضاف بعد المؤلف الثاني وهكذا... الخ.

بالنسبة لمؤسسة كمؤلف :

- يتم ذكر اسم المؤسسة.(سنة النشر). عنوان المنشور. بلد النشر: المؤلف.

مثال:

- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم . (1996) دليل أساليب الكشف عن الموهوبين في التعليم الأساسي . تونس : المؤلف.

التوثيق لكتاب مترجم :

- لقب المؤلف ، الحرف الأول من اسمه.(سنة الترجمة) عنوان الكتاب (ترجمة ..... يكتب اسم المترجِم) ، مكان النشر: دار النشر (تاريخ نشر العمل الأصلي).

مثال:

هاو، آ. (2010) النظرية النقدية (ترجمة ثائر ديب) ، القاهرة : دار العين للنشر (2003).

التوثيق من مقالات منشورة في مجلات :

من مؤلف إلى ستة مؤلفين

- اللقب ، الاسم (السنة) عنوان المقال. اسم المجلة ، رقم المجلد (رقم العدد)، صفحة بداية المقال ونهايته.

وهي نفس الخطوات المطبقة على مقال باللغة الأجنبية.

في حال عدم وجود رقم المجلد نكتفي بذكر العدد فقط .

مثال:

فوّال ، إيمان (جانفي 2018) علاقة القنوات الجزائرية الخاصة بواقع الشباب الجزائري – دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو–. المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات (العدد 2) 233–241.

بالنسبة للمقال الذي يشترك فيه أكثر من ستة باحثين يتم ذكر لقب واسم ستة باحثين وبعدها كتابة كلمة وآخرون ثم إكمال باقي المعلومات مثل المقال الذي كتبه مؤلف واحد فقط.

- **التوثيق للمداخلات المعروضة في مختلف التظاهرات العلمية :**

اللقب ، الاسم (السنة، شهر التظاهرة) عنوان المداخلة ، نوع الملتقى ، مكانه، الدولة.

فيلالي ، ليلى (2018، مارس) ، قطاع السمعي البصري في الجزائر والتعددية الإعلامية : تحديات مطلب التحول الديمقراطي ورقة مقدمة إلى الملتقى الوطني الأول حول واقع السمعي البصري في الجزائر. باتنة. الجزائر.

- **توثيق مذكرات الماجستير والماستر وأطروحات الدكتوراه :**

اللقب ، الاسم (سنة المناقشة) عنوان الدراسة. نوع الدراسة ماستر أو ماجستير أو دكتوراه . الجامعة ، مكان الجامعة ، البلد.

كبور، منال (2010) الفضائيات الإخبارية واتجاهات الأستاذ الجامعي الجزائري حيال عملية السلام مع إسرائيل : أساتذة جامعة باتنة أنموذجا ، رسالة ماجستير. جامعة الحاج لخضر، باتنة ، الجزائر.

- **التوثيق من الأنترنيت :**

بالنسبة للتوثيق من الأنترنيت يتم إدراج المعلومات المتواجدة سابقا كالاسم والتاريخ والعنوان ... الخ ، مع إضافة رابط التحميل في النهاية.

ترتيب المراجع :

يتم ترتيبها أبجديا : مثلا :

1) أنجرس، موريس.......................
2) تمار، يوسف.........................
3) حمدي، محمد الفاتح.................

كما يتم إدراج المراجع بلغة أجنبية في خانة أخرى وترتب أبجديا أيضا.

يتم تقديم المؤلفات الفردية للباحث على الجماعية التي اشترك فيها مع باحثين آخرين.

يتم تقديم كتاب المؤلف الذي صدر أولا في حال وجود نفس المؤلف واختلاف في سنة التأليف.

1) تمار، يوسف (2007).
2) تمار، يوسف (2017).

المراجع

- غني ناصر حسين القريشي ، الإطار النظري للبحث ، محاضرة، قسم علم الاجتماع ، جامعة بابل ، مقال متاح على: www.uobabylon.edu.iq تم الاطلاع على المقال يوم 2018/3/1 عل الساعة 22:05.
- أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الطبعة الرابعة ، جامعة الجزائر ، 2010، ص:127.
- محمد منير حجاب ، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية ، جامعة جنوب الوادي ، دار الفجر ، 2000 ، ص:10.
- إبراهيم بختي ، الدليل المنهجي لإعداد البحوث العلمية ، جامعة ورقلة ، الطبعة الرابعة ، 2015 ، ص:34
- أحمد إبراهيم حضر، قواعد كتابة ملخص الرسالة ، شبكة الألوكة ، مقال متاح على: www.alukah.net
- عامر قنديلجي ، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية أسسه ، أساليبه ، مفاهيمه ، وأدواته ، (عمان، دار المسيرة ، 2001).
- عامر قنديلجي ، إيمان السامرائي ، البحث العلمي الكمي والنوعي ، (عمان: دائرة المكتبة الوطنية ، 2009).
- عبد العزيز بركات ، مناهج البحث الإعلامي ، الأصول النظرية ومهارات التطبيق، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2011).
- فضيل دليو ، دراسات في المنهجية ، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2017).

- فضيل دليو ، قضايا منهجية في العلوم الاجتماعية ، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية ، 2001).
- مادلين غراوتيز، ترجمة : سام عمار ، منطق البحث في العلوم الاجتماعية، (دمشق، مطبعة طربين ، 1993).
- محمد الفاتح حمدي ، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال ، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017).
- محمد عبد الحميد ، البحث في الدراسات الإعلامية ، (القاهرة : عالم الكتب، 2004).
- موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، (الجزائر: دار القصبة للنشر، 2013).
- أحمد بن مرسلي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية ، دط ،2003)
- محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، (القاهرة: عالم الكتب، ط 2، 2004)
- أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه ، (دب: المكتبة الأكاديمية، دط،1992)
- ربحي مصطفى عليان ، عثمان غنيم : مناهج وأساليب البحث العلمي ، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع ، ط1، 2000)
- عامر مصباح : منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام ، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجزائرية ، دط ، 2008)

- سمير محمد حسين : دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الاعلام ، (القاهرة: عالم الكتب ، دط ، 2006).
- سماح سالم ، سالم : البحث الاجتماعي الأساليب ، المناهج ، الإحصاء، (الأردن: دار تحليل الثقافة ، 2012).
- سميرة سطوطاح : الإشهار والسلوك الإستهلاكي للطفل ، (قسنطينة: دار الفائز للطباعة والنشر، 2016).
- سلاطنية بلقاسم ، حسان الجيلاني : أسس البحث العلمي . ط2. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية ، 2009.
- صالح بن نوار: مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية ، قسنطينة الجزائر : مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة ، 2012.
- ماجد محمد الخياط : أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الاجتماعية. عمان : دار الراية للنشر ، 2010.
- عبد العزيز بركات : مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية والمهارات التطبيق. القاهرة : دار الكتاب الحديث ، 2012.
- عبد الحميد محمد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط2. القاهرة : عالم الكتب ، 2004.
- يوسف تمار: مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية – الاتصالية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية ، 2017.
- سعيدة عزوز : التلفزيون واتجاهات الشباب الجزائري نحو الموضة. رسالة دكتوراه غير منشورة . الجزائر: جامعة الجزائر ، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال ، 2016.

- عمار بوحوش : دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية ، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر.
- مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ط1، مؤسسة الوراق ، الأردن ،2000 .
- علي معمر عبد المؤمن : مناهج البحث في العلوم الاجتماعية " الأساليب والتقنيات " ، ط1 ، منشورات جامعة 7 أكتوبر، ليبيا ،2008 .
- محمد عبد العزيز الحيزان : البحوث الإعلامية " أسسها أساليبها مجالاتها، ط2، الرياض ،2004.
- شيماء ذو الفقار زغيب : مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية ، ط1، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ،2009.
- عبود عبد الله العسكري : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ط2 ، دار المميز، دمشق ،2004.
- عبد الجواد بكر: المنهج المقارن " بحوث ودراسات" ، ط2 ، دار الوفاء للطباعة والنشر،2003 .
- مادلين غرا وينز : مناهج العلوم الاجتماعية ، تر سام عمار، ط1، المركز العربي للتأليف والنشر، دمشق،1993.
- رجاء وحيد دويدري : البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، ط1، المطبعة العلمية ، دمشق،2000.
- محمد عبد الحميد : البحث في الدراسات الاعلامية عالم الكتب ، القاهرة، 2000.

- هادي عبد الله العيتاوي : دلالة الصورة في الإعلام الرياضي " مقاربة سيميائية"، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد24- 25، بغداد،الأردن.
- فايزة يخلف : منهج التحليل السيميائي ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر،2012.
- غني ناصر حسين القريشي ، الإطار النظري للبحث ، محاضرة ، قسم علم الاجتماع ، جامعة بابل ، مقال متاح على: www.uobabylon.edu.iq تم الاطلاع على المقال يوم 2018/3/1 عل الساعة 22:05.
- أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الطبعة الرابعة ، جامعة الجزائر ، 2010.
- محمد منير حجاب ، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية ، جامعة جنوب الوادي ، دار الفجر، 2000.
- إبراهيم بختي ، الدليل المنهجي لإعداد البحوث العلمية ، جامعة ورقلة ، الطبعة الرابعة ، 2015.
- أحمد إبراهيم حضر، قواعد كتابة ملخص الرسالة ، شبكة الألوكة ، مقال متاح على: www.alukah.net

